



Golovatenko Dmitry Vladimirovich

**V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Crimea,
Russian Federation, (Simferopol)**

E-mail:nomolet@gmail.com

Summary. The article discusses the theoretical aspects of the post-traumatic life perspective of the individual. The psychological features of the concept of trauma are described. The concept of emotional trauma is also considered from the point of view of various scientific approaches.

Keywords: post-traumatic cycle, anxiety, stress, emotions, personality, trauma.

УДК 159.99

ЗНАЧЕНИЕ НАРЦИССИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА ЛИЧНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ВИРТУАЛЬНОГО Я У ЖЕНЩИН

Гусева Анастасия Игоревна

**Таврическая академия (структурное подразделение) ФГАОУ ВО
«Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» (г.
Симферополь)**

E-mail:nastyshechka.guseva1999@gmail.com

Проанализированы особенности нарциссического компонента личности, особенности формирования образа виртуального Я у женщин в социальных сетях и значение нарцисизма в этом процессе. Отдельное



внимание уделено особенностям реализации специфических для женщин особенностей Я-концепции в связи с образом виртуального Я в социальных сетях.

Ключевые слова: Я-концепция, Образ Я, Образ виртуального Я, социальные сети.

Цель работы: проанализировать значение нарциссизма и нарциссического компонента в формировании образа виртуального Я у женщин.

Основное изложение материала. Для начала обозначим специфику формирования образа Я и образа тела у женщин, поскольку она имеет ряд особенностей.

Формирование Я-концепции опирается на ранние детско-родительские отношения и, прежде всего, на отношения ребёнка с матерью. При этом, характер взаимоотношений между матерью и сыном, а также, матерью и дочкой принимает принципиально различный сюжет.

При этом, это сказывается на Я-концепции, что связывается с тем, что мать ведёт с себя с дочкой и сыном различным образом, что уже вносить особенности поло-ролевой идентичности в образ Я ребёнка.

Чодору Н. предполагает, что существенные универсальные различия разворачиваются в поле социальных ролях. Отношения матери к девочкам строится на отношения как к равным себе, устанавливаются идентификации девочки, как подражающей маме, девочка во взаимодействии с матерью учится быть женщиной, закладываются основы образа себя как будущей мамы. Становление Я-концепции девочки напрямую связано с взаимодействием с матерью, представления девочки о матери, становятся её представлениями о себе в дальнейшем, принимаются, ассимилируются.



Девочка интернализирует представление о себе как о женщине и принимает соответствующие качества [4].

В дальнейшем значительное влияние оказывают социальные институты, социализация в школе, детском саду и т.д. В этих социальных кругах дети получают информацию о себе и о своём гендере. Социальные институты закладывают также значительные основы для реализации мужской или женской роли, которые оказываются различными [3].

Важную роль в Я-концепции девочек занимает ориентация на принятые в обществе черты внешней привлекательности. Так, Клецина И.С. отмечает, что привлекательный физический облик женщины является для нее инструментом утверждения себя [2].

Также социальная роль женщины характерно отличается от роли мужчины, который в большей степени ориентирован достижением, а женщина – привлекательностью и ориентацией на семейные ценности [там же].

Самосознание, самооценка и поведение женщины базируются на представлениях о феминности. Также нами был отмечен факт, что материнская фигура оказывает огромное влияние на Я-концепцию женщины, так как девочка идентифицируется с матерью. Ввиду данной идентификации девочка вбирает в свою Я-концепцию черты, культурно присваиваемые материем в целом, а также сама становится ориентированной на материнство.

Сравнивая свою внешность, с идеалом, человек формирует представление о своеобразии своей внешности. Степень соответствия внешнему идеалу красоту, отражает степень удовлетворенности своей собственной внешностью [10].

Из этого мы можем вынести предположение, что социальные сети могут задавать идеал красоты, базируясь по большей части на визуальной модальности и являясь мощным социальным фактором формирования



самоотношения и формирования идеальных образов. Они, как мы полагаем, могут изменять уже устоявшиеся восприятие собственной внешности, а также представления об идеале этой внешности и собственного образа как такового.

Ряд исследований, проведённых в 21-в, касающихся влияния социальных сетей на отношение к образу Я и идеалу Я, представляются для нас значимыми, поэтому отразим их ниже.

Ж. Фардули, Б. Уилбургер и Л. Вартанян приходят к заключению, что частое использование Instagram связано с большей самообъективизацией и сравнением себя с другими. Например, просмотр постов, посвященных здоровому образу жизни, связан с беспокойством о внешнем виде [8].

Р. Коэн, Т. Ньютон-Джон и Э. Слейтер отмечают, что фотоактивность в Facebook и подписка на аккаунты Instagram взаимосвязаны с интериоризацией идеалов красоты, стремлением к худобе и большим вкладом времени и средств во внешний вид [6].

Р. Энгельн и соавторы в результате эксперимента установили, что использование Instagram снижает удовлетворенность собственной внешностью в отличие от использования Facebook [7].

В эксперименте С. Казале и ее коллег участвовали испытуемые, не использующие Instagram, но в течение одной недели они должны были просматривать аккаунты реальных пользователей, ориентированных на внешний вид. В результате выяснилось, что при таком влиянии женщины, по сравнению с мужчинами, начали в большей степени связывать себя и свою самооценку с внешним видом [5].

М. Тиггеманн и ее соавторы в своем исследовании характеризуют влияние лайков и комментариев о реальности изображения на восприятие образа тела у молодых женщин. Установлено, что фотографии красивых девушек и большое количество лайков повлияло на неудовлетворенность



собственным лицом. Просмотр фотографий без комментариев снижает удовлетворенность своей внешностью, а комментарии о проверке реальности уменьшают недовольство своим телом [9].

Возвращаясь к теме нарциссизма в социальных сетях, обратимся к выводам, сделанным Е.В. Гиниятовой с соавторами при анализе феномена селфи в отношении нарциссизма. Так, авторы утверждают, что «в селфи как одном из ярких феноменов современной культуры проявляется именно нарциссизм, который тем не менее, как мы говорили выше, далеко не всегда самолюбование, но всегда зацикленность на себе: достоинствах, недостатках (истинных или мнимых), отдельных чертах характера, даже болезнях и т.д. Так как нарциссизм на уровне индивидуальной психики всегда обращает либидо на себя, тем самым поддерживания несовершенное, незрелое, инфантильное Я, то на уровне культуры, в рамках социальной сети он функционирует сходным образом» [1, с.10].

Блогерская деятельность, таким образом, раскрывается для нас в перспективе компульсивных актов, направленных на поддержание собственного нарциссизма и формирование образа в виртуальном пространстве, образа виртуального Я, которое стремится к образу идеального Я, но необходимо должно подтверждаться подтверждениями и проходить легитимацию при помощи снимков.

Иными словами, формирование образ виртуального Я, особенно в блогерской деятельности, где выгода извлекается в форме лайков, комментариев и количестве подписчиков, подпитывающей привлекательность и «близость» образа виртуального к идеальному, опирается на вечное производство, походящее на компульсивное, нового контента с целью построения идеала Я. Кроме того, в такой деятельности нарциссический компонент выполняет также функцию отвлечения от реальных проблем и



избавления от тягот и страха жизни, которые могут проявляться только в ситуации неуспеха, т.е. нарциссической уязвимости. При этом, в ситуациях успеха страхи и тревоги купируются нарциссическим либидо, т.е. либидо, повернутым на Я субъекта.

Пространство Сети часто показывает нам, что сугубо личная, интимная информация, часто в реальности подвергаемая вытеснению, становится достоянием общественности, а человек выступает лишь в качестве «функции», приобретая статус легко заменяемого образа. Масса виртуальных друзей, с большинством из которых человек никогда не встречался и не встретится, превращается в толпу безликих поклонников, необходимых для получения более высокого статуса, поднятия низкой самооценки, для подпитывания собственного нарциссизма.

В такой ситуации обращение к самому себе и инвестирование в свой собственный образ приводит к тому, что либидо отходит от объектной направленности и закрепляется за виртуальным Я, которое требует всё большего и более интенсивного инвестирования. Которое может принимать навязчивый, компульсивный характер, воплощая себя как необходимость, жизненно-важная обязанность субъекта, без которой его Я обеднеет.

Виртуальное Я во многом в механизмах формирования соответствует образу реального Я, однако создаёт иллюзию ближайшей зоны развития, приближая к Я идеальному. Только в этом случае инвестирование смешается с Я-реального к Я-виртуальному, к тому образу, который пользователь отчуждает в свой блог.

При этом, характерно, что в социальной сети инстаграм и в социальных сетях в широком смысле доминирующей является визуальная модальность, то есть, ключевую роль играет внешний вид. А как мы отметили выше, образ Я и Я-концепция у девушек очень крепко связана с физической



привлекательностью и стандартами красоты, которые культивируются также в социальных сетях.

Ведение блога подразумевает не только контитуирование образа виртуального Я, при полном его отчуждении, но ещё и поддержание необходимых условий для демонстрации собственного Я. Такая демонстрация во многом опирается на внешнюю привлекательность и стандарты конвенциональной в данной сети красоты.

Опора на внешние стандарты красоты и «обратную связь», которую получает девушка в социальных сетях в виде лайков, комментариев и росту или снижению подписчиков, фактически может подчинять её образ Я, всю Я-концепцию необходимости следования таким стандартам и подчинению виртуальным идеалам Я.

Выводы. Женщины, ведущие активную блогерскую деятельность могут оказываться в ситуации, когда виртуальное Я становится главенствующим и изменение в Я-концепции складывается с опорой на виртуальные стандарты и распределение либидо направлено по больше части на образ виртуального Я.

Это подпитывается также и нарциссическим компонентом, который заставляет субъекта перед страхом дезинтеграции собственного Я во что то ни стало инвестировать в виртуальное Я, что приводит к компульсивному заполнению профиля, множественным перепроверкам «визуала» блога и его модернизации. Образ виртуального Я может заменять собой реальную составляющую Я-концепции и даже модернизировать представления об идеальном-Я субъекта. При этом, женщинам как группе, в больше степени свойственно связывать свою самооценку и специфику самоотношения с внешней составляющей, а визуальная модальность сети инстаграм с большей степенью оказывает влияние на самоотношение пользователей, чем другие



сети, такие как, например, Фейсбук или Вконтакте, которые в большей степени представлены текстом.

Список литературы:

1. Гиниятова Е. В., Семенюк К. А., Пономарева О. М., Запекин С. Г. Нарциссизм в современной визуальной культуре: феномен селфи // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2019. №35.
2. Клецина И. С. Гендерная составляющая временной перспективы личности // Личность как субъект организации времени своей жизни : сб. науч. ст. - Краснодар : Кубанский гос. ун-т, 2008. - С. 91-99.
3. Палуди М. Психология женщины. - СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. - 384 с.
4. Чодору, Н. Воспроизведение матеинства: психоанализ и социология пола [Текст] / Н. Чодору // Антология гендерных исследований: сб. пее. / сост. и комментарий Е.И. Гаповой и А.Р. Усмановой. - Мн.: Пропилеи, 200. - 384 с.
5. Casale S., Gemelli G., Calosi C. Multiple exposures to appearance-focused real accounts on Instagram: Effects on body image among both genders // Current Psychology. 2021. Vol. 40, iss. 6. P. 2877–2886.
6. Cohen R., Newton-John T., Slater A. The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women // Body Image. 2017. Vol. 23. P. 183–187.
7. Engeln R., Loach R., Imundo M.N., Zola A. Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women // Body Image. 2020. Vol. 34. P. 38–45.
8. Fardouly J., Willburger B.K., Vartanian L.R. Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways // New Media & Society. 2018. Vol. 20, iss. 4. P. 1380–1395.



9. Tiggemann M., Hayden S., Brown Z., Veldhuis J. The effect of Instagram ‘likes’ on women’s social comparison and body dissatisfaction // Body Image. 2018. Vol. 26. P. 90–97.
10. Tiggemann M. Sociocultural perspectives on human appearance and body image // Body image: A handbook of science, practice and prevention. N.Y. 2011. P 12-19.

UDC 159.99

**THE IMPORTANCE OF THE NARCISSISTIC COMPONENT OF
PERSONALITY IN THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE
VIRTUAL SELF IN WOMEN**

Guseva Anastasia Igorevna

**V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Crimea,
Russian Federation**

E-mail: nastyshechka.guseva1999@gmail.com

Summary. The features of the narcissistic component of personality, the features of the formation of the image of the virtual Self in women in social networks and the importance of narcissism in this process are analyzed. Special attention is paid to the peculiarities of the implementation of women-specific features of the Self-concept in connection with the image of the virtual Self in social networks.

Keywords: I am the concept, the Image of the Self, the Image of the virtual Self, social networks.