

Психолог

Правильная ссылка на статью:

Сунгурова Н.Л., Хонина С.Ю. Особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности // Психолог. 2024. № 4. DOI: 10.25136/2409-8701.2024.4.71408 EDN: XXSZWZ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71408

Особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности

Сунгурова Нина Львовна

ORCID: 0000-0001-7410-9779

кандидат психологических наук

доцент; кафедра психологии и педагогики; ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10/2, каб. 627

✉ sungurova_nl@pfur.ru



Хонина Светлана Юрьевна

магистр; кафедра психологии и педагогики; ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10/2, каб. 627

✉ honina_svetlana@mail.ru



[Статья из рубрики "Тело и телесность"](#)

DOI:

10.25136/2409-8701.2024.4.71408

EDN:

XXSZWZ

Дата направления статьи в редакцию:

05-08-2024

Аннотация: В современном обществе социальные сети играют ключевую роль в формировании и распространении идеала физической привлекательности. Это приводит к созданию сетевых сообществ, идеализирующих культ внешности. Влияние соцсетей заставляет людей воспринимать красоту как внутренний стандарт, увеличивая внимание и беспокойство относительно своей внешности. Участники сравнивают себя с идеалом,

что снижает самооценку и вызывает недовольство телом, может привести к депрессии, тревожным расстройствам и нарушениям пищевого поведения. Объектом настоящего исследования является самопредъявление и образ физической привлекательности личности. Предметом исследования выступают особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности. Цель исследования состоит в выявлении особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности. Методики: «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова), «Трехфакторная шкала физического перфекционизма» (А.Б. Холмогорова, А.А. Рахманина), «Опросник образа собственного тела» (О.А. Скугаревский, С.В. Сивуха), «Тест отношения к приёму пищи» (Д. Гарнер в адаптации О. А. Скугаревского), «Голландский опросник пищевого поведения» (Т. Стриен в адаптации: Т.Г. Вознесенской). Участники разных онлайн-сообществ демонстрируют сходные стратегии самопредъявления. На основе данных исследования выявлены различия в показателях физического перфекционизма, неудовлетворенности образом тела, типов нарушений пищевого поведения у участников онлайн-сообществ, идеализирующих разный культ внешности. Установлены взаимосвязи между характеристиками самопредъявления и физического перфекционизма в обеих исследуемых выборках. Было выявлено, что существуют общие и специфические особенности взаимосвязи между стратегиями самопредъявления и показателями физического перфекционизма и образом собственного тела у представителей разных сетевых сообществ. Направленность на физическую привлекательность, стремление к идеализированному образу своего тела способствует активной позиции в самопредъявлении с использованием разных стратегий: демонстрация слабости, стремление понравиться себе и окружающим, отслеживание производимого впечатления, самопродвижение, примерность, запугивание. Научная новизна и практическая значимость. Новизна исследования заключается в том, что впервые рассматриваются особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности. Исследование расширяет понимание психологических особенностей респондентов, вовлеченных в разные онлайн-сообщества культа внешности.

Ключевые слова:

стратегии самопредъявления, физическая привлекательность, физический перфекционизм, неудовлетворенность образом тела, нарушения пищевого поведения, культ внешности, онлайн-сообщества, перфекционизм, образ тела, пищевое поведение

Введение

Феномен самопрезентации достаточно широко представлен в психологических исследованиях как в российской, так и в зарубежной науке [\[1, 2, 3\]](#). Отметим, что понятие «самопредъявление» рассматривается как синонимичное к термину «самопрезентация» [\[4\]](#).

С развитием онлайн-коммуникации феномен самопрезентации (или самопредъявления) приобрел новые особенности. Исследователи онлайн-среды обращают внимание на вербальные и визуальные средства самопрезентации, на тенденции и виды самопредъявления. Например, Е. П. Белинская и О. В. Гавриченко исследовали

самопрезентацию в сети, изучая личные страницы пользователей как отражение их мировоззрения [5]. Другие авторы анализировали деловую самопрезентацию на образовательных онлайн-платформах, изучая виды и формы самопрезентации, а также влияние делового стиля общения на создание образа и самопрезентационное поведение [6]. Имеются исследования виртуальной самопрезентации личности, взаимосвязи самоотношения и вариативности самопрезентации в интернет-коммуникации [7, 8].

Активное участие в социальных сетях может амбивалентно воздействовать на психологические состояния. Негативное воздействие связано со временем, проведенным в социальных сетях, количеством друзей и склонности к зависимому поведению [9]. Под влиянием сети молодые люди чувствуют себя социально отчужденными, переживают угрозу личной безопасности [10]. Стремление уменьшить чувство одиночества через активное использование социальных сетей увеличивает недовольство жизнью, особенно у девушек [11].

СМИ и социальные сети играют большую роль в формировании и распространении идеала физической привлекательности [12, 13]. Молодежь подвергается активному воздействию этого идеала, что мотивирует ее стремиться к соответствию определенным стандартам. Неудовлетворенность собой, особенно в контексте социокультурных стандартов красоты, может негативно сказываться на эмоциональном состоянии [14].

В настоящее время наблюдается значительный рост интереса к вопросам формирования образа собственного тела и физической привлекательности как средств презентации личности [15]. Чувство неудовлетворенности своим внешним видом может стать стимулом для совершенствования своей физической привлекательности. Значительные расхождения между реальным и идеальным образом тела становятся источником психологических проблем личности, могут привести к проблемам со здоровьем [16].

Установки относительно физической привлекательности тела формируются под воздействием СМИ и в социальных сетях [17]. Выявлено, что уровень удовлетворенности собственной внешностью статистически значимо снижается после просмотра фотографий в социальной сети. Отмечается обратная взаимосвязь между самооценкой счастья и успеха и оценкой внешности после просмотра фотографий в социальной сети [18].

Вовлеченность в сообщества социальных сетей способствует развитию недовольства телом [19], снижению самооценки, повышению уровня физического перфекционизма [20].

Физический перфекционизм связан с особенностями социального поведения, психологическими характеристиками личности, культурой, ранним опытом индивида. В исследовании А. Abdollahi было выявлено, что физический перфекционизм взаимосвязан с тревожностью [21].

Перфекционизм может способствовать развитию психологических расстройств и качественно снижать уровень жизни. В исследовании L. Lima-Silva, была выявлена статистически значимая связь между физическим перфекционизмом и симптомом дисморфического расстройства тела, показано прямое положительное влияние на депрессивные симптомы [22].

Физический перфекционизм может усилить взаимосвязь между использованием социальных сетей и симптомами дисморфического расстройства тела [23]. Данный

феномен взаимосвязан с неудовлетворенностью собственным внешним видом [24].

Ю. В. Свиткевич утверждает, что информационное воздействие на личность в сети выступает как один из предикторов частоты рецидивов расстройств пищевого поведения [25]. Последствия расстройств пищевого поведения могут негативно сказаться на физическом, эмоциональном, личностном состояниях человека [26]. Исследование П. В. Цыганковой, Е. Ю. Прончихиной показывает, что у девушек, страдающих нервной анорексией, наблюдается более интенсивная эмоциональная реакция на проанорексичные интернет-посты по сравнению с теми, у кого нет пищевых расстройств. Эта реакция включает в себя чувства стыда, страдания, отвращения, презрения, вины и страха. Кроме того, было выявлено влияние виртуальной групповой идентичности на индивидуальное самосознание и восприятие собственного тела [13].

Вовлеченность участников социальных сетей в сообщества, идеализирующие культ внешности, культ физической привлекательности, может усугублять проявления физического перфекционизма, проблемы с пищевым поведением. Социальное влияние оказывает воздействие и косвенно, и непосредственно [27].

Постановка задачи

В статье представлен анализ теоретико-эмпирического исследования особенностей взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности. Объектом настоящего исследования является самопредъявление и образ физической привлекательности личности. Предметом исследования выступают особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности. Цель исследования: выявить особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности.

В рамках нашего исследования мы выдвинули следующие гипотезы:

1. Существуют различия в проявлении самопредъявления и образа физической привлекательности у участников различных онлайн-сообществ.
2. Существуют особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности.

Материалы и методы

Онлайн-опрос пользователей социальной сети «ВКонтакте» проводился с помощью платформы Google Forms летом 2023 года. Участие в исследовании проходило на добровольной основе. Приглашения к участию размещались в сетевых сообществах, идеализирующих культ худобы и культ любви к себе.

Выборку исследования составили пользователи социальной сети «ВКонтакте», которые состоят в сообществах, идеализирующих культ худобы, такие как «Типичная анорексичка», «Анорексия», «Skinny», «До костей» и участники групп «Бодипозитив», «Любовь к себе». Объем выборки составил 166 человек (по 83 участника в каждой группе). Участники, состоящие в сообществах, идеализирующих культ худобы от 12 лет до 31 года ($M = 18,46$; $SD = 3,52$). Выборка респондентов, состоящих в группах любви к себе от 33 до 44 лет ($M = 21,81$; $SD = 7,1$).

В работе применялись методы: тестирование, опрос. Для сбора данных использовались следующие методики: опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова), «Трехфакторная шкала физического перфекционизма» (А.Б. Холмогорова, А.А. Рахманина), «Опросник образа собственного тела» (О.А. Скугаревский, С.В. Сивуха), «Тест отношения к приёму пищи» (EAT-26) (Д. Гарнер и др. в адаптации О. А. Скугаревского), «Голландский опросник пищевого поведения» (DEBQ) (Т. Стриен в адаптации Т.Г. Вознесенской).

Методы математической обработки: критерий согласия Пирсона, коэффициент ранговой корреляции Спирмена. Компьютерная обработка данных осуществлялась с использованием программных пакетов «Excel» и «IBM SPSS Statistics 23».

Результаты и обсуждение.

Проанализируем и обобщим результаты сравнительного анализа характеристик самопредъявления у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности, представленные в таблице 1.

Обратим внимание на то, что отмечается следующая тенденция: по всем стратегиям самопредъявления участники сообществ, идеализирующие культ худобы, показывают более высокие показатели. Они в большей мере демонстрируют стремление понравиться, направленность на самопродвижение, примерность, отслеживание производимого впечатления. Для них свойственно запугивание и демонстрация слабости. Однако статистическая обработка по критерию Пирсона значимых различий не выявила.

Таблица 1. Результаты сравнительного анализа по показателям стратегий самопредъявления

Шкалы	Участники сообществ, идеализирующие культ худобы. Среднее значение.	Участники сообществ, посвящённых любви к себе. Среднее значение.	Хи-квадрат Пирсона	P
Стремление понравиться	7,9	7,5	13,200	0,432
Самопродвижение	6,3	4,9	22,369	0,098
Примерность	7	5,7	14,256	0,356
Запугивание	6,8	4,8	23,144	0,058
Демонстрация слабости	4,5	3,9	8,729	0,726
Отслеживание производимого впечатления	9,9	8,7	16,488	0,350
Вариативность поведения	9,5	7,8	18,948	0,216

Сравнительный анализ результатов по шкалам методики «Трехфакторная шкала физического перфекционизма» у участников разных сетевых сообществ представлен в таблице 2.

Таблица 2. Результаты сравнительного анализа показателей физического

перфекционизма

Шкалы	Участники сообществ, идеализирующие культ худобы. Среднее значение.	Участники сообществ, посвящённых любви к себе. Среднее значение.	Хи-квадрат Пирсона	p
Физический перфекционизм	22	15,5	55,876	0,001**
Использование пластической хирургии как способ коррекции несовершенств	4	2,6	35,580	0,000**
Высокие стандарты внешнего вида и фиксация внимания на нем	8	7	21,275	0,046*
Склонность к неблагоприятным социальным сравнениям и руминированию на тему внешности	9	5,7	53,438	0,000**

Примечания: * — Различия статистически достоверны при $p \leq 0,05$; ** — Различия статистически достоверны при $p \leq 0,01$.

Как видно из таблицы 2 по всем шкалам методики наблюдается более высокий уровень физического перфекционизма у респондентов, состоящих в группах, которые транслируют идеал худобы, по сравнению с участниками групп, в которых популяризируется любовь к себе. Статистическая обработка данных с применением критерия Пирсона подтвердила значимые различия.

Далее был проведен сравнительный анализ результатов исследования в отношении образа собственного тела. Средние значения у двух групп выше нормативного показателя, что может говорить о тенденции неудовлетворенности образом собственного тела, среди участников исследуемых сетевых сообществ в целом. Как показала статистическая обработка данных, имеются значимые различия в отношении образа собственного тела. В группе сообществ, идеализирующих культ худобы, участники в большей мере не удовлетворены образом собственного тела (критерий Пирсона $\chi^2 = 66,25$, $p = 0,013$).

Для диагностики наличия проявлений нарушения пищевого поведения использовалась методика «ЕАТ-26» (тест отношения к приему пищи). По данным нашего исследования

участники сетевых сообществ, идеализирующих культ худобы, могут быть отнесены к группе риска, свидетельствующей о наличии проблем с нарушением пищевого поведения. Среднее значение в группе, идеализирующей культ худобы - 32, в группе сравнения - 17. Достоверность различий подтверждена критерием Пирсона ($\chi^2 = 98,605$, $p = 0,000$).

Анализ результатов по основным типам пищевого поведения у представителей исследуемых сообществ показал значимые различия только по шкале «Ограничительное пищевое поведение» ($\chi^2 = 92,473$, $p = 0,000$). Ограничительный тип пищевого поведения у респондентов, состоящих в группах, которые транслируют идеал худобы, значительно преобладает.

При анализе корреляционных взаимосвязей между характеристиками самопредъявления и физического перфекционизма, полученных с использованием коэффициента ранговой корреляции Спирмена, были выделены общие и специфические связи, свойственные представителям различных онлайн-сообществ, идеализирующих культ физической привлекательности. Сообщества, идеализирующие культ худобы - выборка 1, и сообщества, призывающие к любви к себе - выборка 2 (таблица 3).

Таблица 3. Коэффициенты корреляции между показателями самопредъявления и физического перфекционизма у участников онлайн-сообществ

Шкалы	Физический перфекционизм (Общий балл)		Использование пластической хирургии как способ коррекции несовершенств		Высокие стандарты внешнего вида и фиксация внимания на нем		Склонность к неблагоприятным социальным сравнениям и руминированию на тему внешности	
	Выборка 1	Выборка 2	Выборка 1	Выборка 2	Выборка 1	Выборка 2	Выборка 1	Выборка 2
Стремление понравиться	0,067	0,263*	0,201	0,069	-0,039	0,196	0,125	0,324**
Самопродвижение	0,238*	0,331**	0,097	0,056	0,227*	0,455**	0,178	0,206
Примерность	0,332**	0,480**	0,065	0,121	0,339**	0,453**	0,281*	0,460**
Запугивание	0,4**	0,235*	0,108	0,058	0,372**	0,318**	0,343**	0,154
Демонстрация слабости	0,264*	0,327**	0,361**	0,179	0,123	0,213	0,315**	0,319**
Отслеживание производимого. впечатления	0,355**	0,431**	0,17	0,161	0,338**	0,424**	0,297**	0,366**
Вариативность поведения	0,25*	0,384**	0,027	0,05	0,197	0,388**	0,309**	0,362**

Примечания: ** — Корреляция значима при $p \leq 0,01$ (двухсторонняя); * — Корреляция значима при $p \leq 0,05$ (двухсторонняя).

Дополнительно представим общие и специфические взаимосвязи между самопредъявлением и образом собственного тела у респондентов тех же выборок. Сообщества, идеализирующие культ худобы - выборка 1, и сообщества, призывающие к любви к себе - выборка 2 (таблица 4).

Таблица 4. Коэффициенты корреляции между стратегиями самопредъявления и образом тела

Шкалы	Неудовлетворенность образом тела	
	Выборка 1	Выборка 2
Стремление понравиться	0,052	0,418**
Самопродвижение	-0,04	-0,003
Примерность	0,147	0,306**
Запугивание	0,208	0,108
Демонстрация слабости	0,237*	0,298**
Отслеживание производимого впечатления	0,255*	0,352**
Вариативность поведения	0,213	0,364**

Примечания: ** — Корреляция значима при $p \leq 0,01$ (двухсторонняя); * — Корреляция значима при $p \leq 0,05$ (двухсторонняя).

Представленные результаты показывают, участники онлайн-сообществ, по-разному культивирующие физическую привлекательность, в процессе самопрезентации в большей мере склонны к отслеживанию производимого впечатления. Респонденты управляют собственным поведением, регулируют воздействия со стороны окружающих, что может указывать на достаточно высокий уровень социального интеллекта. Такая стратегия самопредъявления участников является эффективной в разных жизненных обстоятельствах. Направленность на создание впечатления связано с демонстративным поведением. Следующую позицию занимает стратегия "Вариативность поведения", что находит отражение в разнообразии ролей, статусов, сценариев межличностного взаимодействия. Изменение стратегии поведения может зависеть от партнера, с которым ведется общение, а также от требований конкретной ситуации.

По характеристикам самопредъявления отмечается тенденция к более высоким показателям у участников сообществ, идеализирующих культ худобы, что проявляется в более выраженном стремлении понравиться себе и окружающим, направленности на самопродвижение, примерности, отслеживании производимого впечатления. Участники проявляют запугивание и демонстрируют слабость. Однако значимых различий не выявлено.

Уровень физического перфекционизма у респондентов, состоящих в группах, которые транслируют идеал худобы, значительно выше, чем у участников групп, в которых популяризируется любовь к себе. Участники таких сообществ более критично относятся к своей внешности, обладают большей готовностью прибегать к использованию средств пластической хирургии, как возможности изменения собственных физических несовершенств, фокусируются на высоких стандартах внешней привлекательности и делают акцент на них. Им свойственна тенденция к негативным сравнениям себя с другими, склонность к критике внешнего вида других людей. Они легко замечают даже малейшие недостатки, постоянно обдумывают различные детали своей внешности.

Участники онлайн-сообществ, идеализирующих культ худобы, в большей мере не довольны собственным телом. Для этой группы выше вероятность наличия нарушений пищевого поведения, склонность к нарушениям пищевого поведения, а именно ограничительному типу пищевого поведения, которое проявляется в излишнем

сдерживании в потреблении пищи и несистематическом следовании строгим диетам из-за недовольства своей внешностью. Такой тип пищевого поведения отличается от простого соблюдения диеты жесткостью, наличием строгих правил, тщательным подсчетом калорий, игнорированием чувства голода с целью похудения, а также несоответствием требований диеты внешнему виду и самочувствию человека. По другим типам пищевого поведения («эмоциогенное» и «экстернальное») статистически значимых различий нет.

В исследовании выявились общие и особенные статистически значимые взаимосвязи между самопредъявлением и показателями физической привлекательности.

В выборке участников сообществ, популяризирующих любовь к себе, отмечается прямая связь шкалы «Стремление понравиться» со шкалами «Физический перфекционизм», «Склонность к неблагоприятным социальным сравнениям и руминированию на тему внешности». Центрация на том, чтобы произвести хорошее впечатление о себе приводит к беспокойству в отношении физического облика, порождает стремление к соответствию высоким нормам физической формы и достижению лучших результатов в работе над фигурой, порождает негативные социальные сравнения и погруженность в размышления о своей физической привлекательности. Данная специфическая особенность не свойственна второй исследуемой выборке.

В обеих группах наблюдается положительная корреляция между шкалами самопредъявления «Самопродвижение», «Примерность», «Запугивание» и шкалами «Физический перфекционизм», «Высокие стандарты внешнего вида и фиксация внимания на нем». Респондентам, стремящимся показать свою компетентность в общении, выступить в качестве примера для других людей, продемонстрировать запугивание и силу, присущи тревога в отношении своей физической привлекательности, направленность на высокие стандарты красоты тела, центрация на культе внешности.

У представителей онлайн-сообществ, популяризирующих культ худобы, выявлена отличительная положительная корреляция между шкалами «Запугивание» и «Склонность к неблагоприятным социальным сравнениям и руминированию на тему внешности». Те респонденты, кто выбирает стратегию запугивания, демонстрации силы в большей степени склонны сравнивать себя с другими, обсуждать и осуждать кого-то, погружаться в размышления относительно своей фигуры, внешнего вида, физической привлекательности.

Шкалы «Демонстрация слабости» и «Вариативность поведения» положительно связаны с показателями «Физический перфекционизм» и «Склонность к неблагоприятным социальным сравнениям и руминированию на тему внешности» в обеих выборках. Участники, направленные на показ своей беззащитности, слабости во взаимодействии с другими часто с целью привлечения внимания и получения помощи склонны в большей мере варьировать способами, статусами, ролями. Они обеспокоены своей физической привлекательностью, что заставляет их погружаться в размышления о своем внешнем виде, сравнивать себя с другими людьми.

У представителей, вовлеченных в онлайн-сообщества культа худобы стратегия «Демонстрация слабости» прямо связана со шкалой «Использование пластической хирургии как способ коррекции несовершенств». Респонденты, для которых свойственно поведение с целью демонстрации своей слабости, недостатков, получения внешней помощи, готовы прибегнуть к пластической хирургии, видя такой способ единственным на пути к достижению физической привлекательности. У участников этого сообщества стратегия «Вариативность поведения» положительно связана со шкалой «Высокие

стандарты внешнего вида и фиксация внимания на нем». Чем больше у респондентов выражена вариативность поведения в различных ситуациях сетевого общения, тем более свойственно стремление соответствовать современным стандартам физической привлекательности.

Заключение

Полученные в настоящем исследовании результаты выявляют психологические особенности участников онлайн-сообществ культа внешности, позволяют дать обобщенное представление о личностных характеристиках особой категории респондентов, вовлеченных в группы, идеализирующие культ худобы. Такие люди более критично относятся к своей внешности, фокусируются на высоких стандартах внешней привлекательности. По сравнению с участниками из онлайн-сообществ, популяризирующих любовь к себе, респонденты в большей степени не довольны образом собственного тела, испытывают отрицательные эмоции в отношении своей физической привлекательности, беспокоятся о фигуре и весе, переживают сильный страх поправиться. У них наблюдаются нарушения пищевого поведения. Участники в стремлении к идеальному внешнему облику, в заботе о физической привлекательности активны и склонны к самопрезентации себя всевозможными стратегиями, часто прибегают к сравнению себя с другими, погружаются в размышления относительно своей физической привлекательности, готовы прибегнуть к пластической хирургии. Они демонстрируют свою слабость, недостатки, ждут внешней помощи.

Данная категория респондентов может быть отнесена к "группе риска", требующей особого внимания со стороны специалистов и нуждающейся в своевременной психологической помощи.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в процессе психологической поддержки участников онлайн-сообществ, по-разному идеализирующих внешность, в процессе индивидуального психологического консультирования категории лиц с пищевыми нарушениями. Исследование расширяет понимание психологических особенностей респондентов, вовлеченных в разные онлайн-сообщества культа внешности.

Библиография

1. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. – М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.
2. Шкуратова И. П. Самопредъявление личности в общении: монография / И. П. Шкуратова. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2009. 192 с.
3. Gangestad S.W, Snyder M. Self-monitoring: appraisal and reappraisal. Psychol Bull. 2000 Jul; 26(4), 530-55. doi: 10.1037/0033-2909.126.4.530.
4. Пикулёва О.А. Психологическая многозначность понятия «самопрезентация личности» и современные научные подходы к пониманию его содержания // Социальная психология и общество. 2013. Том 4. № 2. С. 21-37.
5. Белинская Е.П., Гавриченко О.В. Самопрезентация в виртуальном пространстве: феноменология и закономерности // Психологические исследования [Электронный ресурс]. 2018. Т. 11. № 60. URL: <http://psystudy.ru>
6. Щукина М.А., Яковлева И.В., Крайнюков С.В., Тютюнник Е.И., Бондарева М.О., Аверьянова О.Ю. Особенности визуальной самопрезентации участников деловой коммуникации в виртуальной образовательной среде // Психологические исследования. 2018. Т. 11, № 59. С. 10. URL: <http://psystudy.ru>
7. Сунгурова, Н. Л. Взаимосвязь самоотношения и вариативности самопрезентации

- студентов в условиях Интернет-коммуникации / Н. Л. Сунгурова, Ю. Е. Акимкина // Актуальные проблемы психологии и педагогики в современном мире Сборник научных трудов участников V межвузовской научно-практической конференции, Москва, 09 апреля 2020 года / Под общей редакцией Н.Б. Карабущенко, Н.Л. Сунгуровой. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020. С. 84-90.
8. Сунгурова, Н. Л. Виртуальная самопрезентация личности: гендерный аспект / Н. Л. Сунгурова // Психология и педагогика XXI века: теория, практика и перспективы: монография / под общ. ред. Н.Б. Карабущенко, Н.Л. Сунгуровой. – Москва: Российский университет дружбы народов, 2015. С. 316-329.
9. Сунцова Я. С., Бурдыко Е. В. Склонность к интернет-зависимости студентов в связи с их психологическим благополучием // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2018. № 4. С. 412-423.
10. Маслов, В. П. Сетевое сообщество: риски и угрозы Интернет-среды для киберсоциализации молодежи / В. П. Маслов, М. А. Гнатюк, С. И. Самыгин // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 8. С. 39-42.
11. Корниенко Д.С., Руднова Н.А., Гордеева Т.О., Сычев О.А., Егоров В.А., Веракса А.Н. Одиночество и социальная поддержка как характеристики социального здоровья и факторы зависимости от социальных сетей у подростков // Социальная психология и общество. 2023. Том № 2. С. 28-48. DOI: 10.17759/sps.2023140203
12. Ситдилов, Р. Ф. Способы репрезентации и контроля над телом в современной массовой культуре / Р. Ф. Ситдилов // Теоретические и практические аспекты развития современной науки: теория, методология, практика: Сборник статей по материалам II-Международной научно-практической конференции, Уфа, 06 марта 2020 года. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью "Научно-издательский центр "Вестник науки", 2020. С. 131-138.
13. Цыганкова П. В., Прончихина Е. Ю. Особенности эмоционального реагирования на посты группы "Типичная анорексичка" социальной сети "ВКонтакте" у девушек с различными типами телесности // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. №2. С. 77-96.
14. Холмогорова, А. Б. Трехфакторная шкала физического перфекционизма-новый инструмент диагностики патогенных стандартов внешности в современной культуре / А. Б. Холмогорова, А. А. Рахманина // Консультативная психология и психотерапия. 2020. Т. 28, № 4(110). С. 98-117. DOI: 10.17759/cpp.2020280406.
15. Лабунская В.А. Внешний облик в структуре представлений о Враге и Друге на различных этапах жизненного пути // Психология человека в современном мире. Т. 1. (Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна, 15-16 октября 2009 г.) / Отв. ред.: А.Л. Журавлев, В.А. Барабанщиков, М.И. Воловикова. – М., 2009.
16. Болохова М.В. Роль эталона физической привлекательности в оценке собственной внешности // Гендерная психология. Практикум. 2-е изд. / Под ред. И.С. Клёцкой. – СПб., 2009. 496 с.: ил. – (Серия «Практикум»).
17. Карабина Ю. С. Эталон физической привлекательности как социокультурный фактор образа телесного я у женщин // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2010. № 4. С. 144-148.
18. Батурина Н.В., Зацепина О.А. Влияние социальной сети Instagram на восприятие образа тела у молодых женщин // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 7. С. 57-61. URL: <https://doi.org/10.24158/spp.2021.7.9>.
19. Ильина, В. А. Идеализация расстройства пищевого поведения в виртуальном пространстве / В. А. Ильина // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2020. № 4(44). С. 95-99.

20. Лепешева С.О., Холмогорова А.Б. Участие в фитнес-блогах как новая социальная практика и ее последствия для психического здоровья молодых женщин // Культурно-историческая психология. 2021. Том 17. № 2. С. 144-154. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2021170214>
21. Abdollahi A, Prasad KDV, Abdelrasheed NSG, Alshahrani SH, Shoja SJ, Al-Awsi GRL, Estrada-Araoz EG, Singer N, Ramírez-Coronel AA, Mustafa YF, Iswanto AH. An investigation of relationships between body compassion, social physique anxiety and physical appearance perfectionism in young people from Iran. J Eat Disord. 2023 Jun 5; 11(1), 90. DOI: 10.1186/s40337-023-00807-x.
22. Lima-Silva, Luiz & Faro, André. (2023). Physical appearance perfectionism mediating the relationship between body dysmorphic and depressive symptoms. DOI: 10.13140/RG.2.2.15209.67682.
23. Gupta M, Jassi A, Krebs G. The association between social media use and body dysmorphic symptoms in young people. Front Psychol. 2023 Aug 17;14:1231801. DOI: 10.3389/fpsyg.2023.1231801.
24. Бутко, К. Д. Физический перфекционизм как наиболее распространенная форма общего перфекционизма среди молодежи / К. Д. Бутко // Столица науки. 2019. № 5(10). С. 137-141.
25. Свиткевич, Ю. В. Информационное воздействие на личность в сети Интернет как один из предикторов частоты рецидивов расстройств пищевого поведения / Ю. В. Свиткевич // Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология. 2021. Т. 4. № 2. С. 32-47. DOI: 10.23947/2658-7165-2021-4-2-32-47.
26. Mincey K.A., Michelle Hunnicutt Hollenbaugh K. Exploring the Experiences of People who Engage with Pro-eating Disorder Online Media: A Qualitative Inquiry. Int J Adv Couns. 2022;44(4):660-679. DOI: 10.1007/s10447-022-09483-z. Epub 2022 Aug 11.
27. Шлойдо, Д. Е. Индивидуально-психологические особенности студентов с нарушениями пищевого поведения / Д. Е. Шлойдо, И. В. Грандильевская // Петербургский психологический журнал. 2020. № 30. С. 138-166.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в представленной статье являются особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности.

В качестве методологии предметной области исследования в данной статье были использованы дескриптивный метод, метод категоризации, метод анализа, а также метод опроса (онлайн-опроса) с применением тестов и методик «опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова), «Трехфакторная шкала физического перфекционизма» (А.Б. Холмогорова, А.А. Рахманина), «Опросник образа собственного тела» (О.А. Скугаревский, С.В. Сивуха), «Тест отношения к приёму пищи» (EAT-26) (Д. Гарнер и др. в адаптации О. А. Скугаревского), «Голландский опросник пищевого поведения» (DEBQ) (Т. Стриен в адаптации: Т.Г. Вознесенской) и методы математической статистики: «критерий согласия Пирсона, коэффициент ранговой корреляции Спирмена». Полученные данные обрабатывались с помощью программных пакетов «Excel» и «IBM SPSS Statistics 23».

Актуальность статьи не вызывает сомнения, поскольку общение в виртуальной реальности и развитие онлайн коммуникации получают все большее распространение

среди различных социальных групп, а наибольшую популярность они получили среди молодежи. Современные представители молодежи являются участниками самых разнообразных онлайн-сообществ, выступая очень активными пользователями различных социальных сетей. Образ физической привлекательности, красивая внешность, которые демонстрируются участниками онлайн-сообществ, идеализирующих эти культы, представляют исследовательский интерес в контексте особенностей самопредъявления или самопрезентации в социальных сетях.

Научная новизна исследования заключается в изучении по авторской методике с последующим анализом особенностей взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности путем проведения онлайн-опроса участников онлайн-сообществ социальной сети «ВКонтакте», которые идеализируют культ худобы («Типичная анорексичка», «Анорексия», «Skinny», «До костей») и культ любви к себе («Бодипозитив», «Любовь к себе»). Объем выборки составил 166 респондентов.

Статья написана языком научного стиля с грамотным использованием в тексте исследования изложения различных позиций ученых к изучаемой проблеме и очень подробной и наглядной демонстрацией результатов исследования.

Структура выдержана с учетом основных требований, предъявляемых к написанию научных статей. Структура данного исследования включает в себя введение, постановку задачи, материалы и методы, результаты и обсуждение, заключение и библиографию.

Содержание статьи отражает ее структуру. В частности, особую ценность представляет то, что в исследовании, проведенном по авторской методике, была выявлена интересная тенденция, связанная с тем, что «участники онлайн-сообществ, по-разному культивирующие физическую привлекательность, в процессе самопрезентации в большей мере склонны к отслеживанию производимого впечатления. Респонденты управляют собственным поведением, регулируют воздействия со стороны окружающих, что может указывать на достаточно высокий уровень социального интеллекта. Такая стратегия самопредъявления участников является эффективной в разных жизненных обстоятельствах. Направленность на создание впечатления связано с демонстративным поведением».

Библиография содержит 29 источников, включающих в себя отечественные и зарубежные периодически и непериодические издания.

В статье приводится описание различных позиций и точек зрения ученых, характеризующих вопросы самопрезентации и самопредъявления участниками онлайн-сообществ. В статье содержится апелляция к различным научным трудам и источникам, посвященных этой тематике, которая входит в круг научных интересов исследователей, занимающихся указанной проблематикой.

В представленном исследовании содержатся выводы, касающиеся предметной области исследования. В частности, отмечается, что «участники сетевых сообществ, идеализирующих культ худобы, часто прибегают к сравнению себя с другими, погружаются в размышления относительно своей физической привлекательности, готовы прибегнуть к пластической хирургии. Они демонстрируют свою слабость, недостатков, ждут внешней помощи. Респонденты относятся к "группе риска", которым необходимо своевременно оказывать психологическую помощь».

Материалы данного исследования рассчитаны на широкий круг читательской аудитории, они могут быть интересны и использованы учеными в научных целях, педагогическими работниками в образовательном процессе, медицинскими работниками, специалистами по отдельным видам расстройств, психологами, психотерапевтами, социальными педагогами, аналитиками и экспертами.

В качестве недостатков данного исследования следует отметить, то, что текст статьи

несколько перегружен таблицами, возможно, их количество стоило бы пересмотреть в сторону сокращения, а для наглядности результатов исследования стоило бы использовать рисунки. Также необходимо обратить внимание на требования действующего ГОСТа при оформлении таблиц. В тексте статьи встречаются опечатки и технические ошибки в виде отсутствия пробелов между словами и предложениями, пропусков букв в окончаниях слов и т.п. Структурный элемент статьи, оформленный в качестве заключения, больше соответствует выводам по итогам проведенного исследования, поэтому завершить статью уместно более обобщающим заключением. В библиографии указаны источники, на которые встречаются ссылки в тексте, которые являются курсовой работой и выпускной квалификационной работой (под номерами 5 и 12 библиографии соответственно), что представляется не совсем корректным и уместным при подготовке научной статьи. Указанные недостатки не снижают научную и практическую значимость самого исследования, однако, их необходимо оперативно устранить, а текст рукописи нужно доработать с учетом указанных недостатков. Статью рекомендуется вернуть на доработку.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензия на статью «Особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности»

Предмет исследования – в статье не обозначен. Очевидно, что он связан темой статьи – взаимосвязь самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности.

Методология исследования построена на классическом подходе. Автор использует методы анализа и обобщения литературных источников, результатов современных исследований. Прикладная часть исследования построена на применение методов опроса

С методологической точки зрения остается открытым вопрос – насколько репрезентативны результаты исследования, учитывая, что они проходили в режиме онлайн без идентификации личности? НО в ситуации, когда подобные исследования находятся в стадии методической разработки, формат, применённый автором, вполне может быть принят.

Объем выборки составил 166 человек (по 83 участника в каждой группе), отбор проводился по заявленным критериям.

В качестве психодиагностических методов применен пакет, адекватный целям исследования:

- опросник «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова), «Трехфакторная шкала физического перфекционизма» (А.Б. Холмогорова, А.А. Рахманина),
- «Опросник образа собственного тела» (О.А. Скугаревский, С.В. Сивуха),
- «Тест отношения к приёму пищи» (EAT-26) (Д. Гарнер и др. в адаптации О. А. Скугаревского),
- «Голландский опросник пищевого поведения» (DEBQ) (Т. Стриен в адаптации Т.Г. Вознесенской).

Методы математической обработки полученных данных в статье – критерий согласия Пирсона, коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

Актуальность представленной статьи не вызывает сомнения. Автор доказывает ее

аргументами об особенностях восприятия человека человеком в онлайн. Данная тема еще малоисследована, особенно с позиции оценки внешности.

Научная новизна представлена в работе изучением и систематизацией вопросов об образе привлекательности в социальных сетях. Это новая для прикладной психологии тема. Но очень важная, так как социальные сети играют большую роль в формировании и распространении идеала физической привлекательности

Стиль, структура, содержание

Статья имеет традиционную структуру – вводная, основная и заключительная части.

Вводная часть обосновывает выбор темы. Она достаточно проработана, в том числе примерами исследований отечественных ученых.

Во второй части статьи автор работает над двумя гипотезами:

1. Существуют различия в проявлении самопредъявления и образа физической привлекательности у участников различных онлайн-сообществ.
2. Существуют особенности взаимосвязи самопредъявления и образа физической привлекательности у участников онлайн-сообществ, идеализирующих культ внешности.

Статья содержит качественные исследовательские материалы в виде таблиц, они грамотно интерпретированы.

Выводы, который делает автор по результатам исследования, связаны с заявленной темой, основаны на анализе теоретических материалов и подтверждены эмпирическими данными.

Стиль изложения материала соответствует требованиям научности и вполне доступен.

Библиография

Насчитывает 27 наименований литературных источников, среди которых статьи в журналах, материалы конференций, монографии. Есть источник на английском языке. Такое количество литературных источников является достаточным для литературного обзора по мало изученной теме.

Апелляция к оппонентам – статья соответствует требованиям, предъявляемым к статьям для публикации в журналах из перечня ВАК. Она может быть рекомендована к публикации. ВАЖНО! Исключить грамматическую ошибку в названии статьи.

Выводы, интерес читательской аудитории – статья вызовет интерес читательской аудитории. Она будет полезна широкому кругу лиц – психологам, стилистам, smm-менеджерам, маркетологам.