

Итоги социологического опроса на тему:
«Исследование влияния Master Kit на социальные качества
пользователя»

Сагдиева Э.А.

Человек — субъект общественной жизни и является социальным существом. Он не может существовать вне социума. Человек влияет на общество, а общество влияет на него. От того, как человек социально приспособится в обществе, будут зависеть его достижения в личной жизни и в карьере. Прямое влияние на это оказывают его личностные социальные качества. Среди социальных качеств людей выделяют такие, как социальная активность, мировоззрение, социальная идентификация, самосознание, самооценка, уверенность в себе и некоторые другие.

Самооценка — это способность адекватно оценивать себя, свои достоинства и недостатки. Изучению самооценки посвящено множество работ отечественных и зарубежных ученых (У. Джеймс, З. Фрейд, К. Роджерс, К. Левин, Б. Г. Ананьев, С. Л. Рубинштейн, Л. И. Божович, М. С. Неймарк, Л. С. Славина, Е. А. Серебрякова и др.).

Множество определений самооценки условно можно подразделить на три группы. К первой группе относят исследования, где самооценка рассматривается как компонент Я-концепции, чувство одобрения или неодобрения, чувства самопринятия или самонепринятия. Самооценка здесь выступает как эмоционально-ценностное отношение субъекта к себе. Ко второй группе определений относят те, которые рассматривают самооценку как соответствие между реальным и идеальным «Я». Чем выше дистанция, тем ниже самооценка и, наоборот, чем теснее связь между двумя «Я», тем выше самоодобрение. В третью группу входят работы, которые подчеркивают оценочный аспект и рассматривают самооценку как определенный уровень самоотношения и самопознания [1, 9].

Самосознание — одно из важных качеств, позволяющее человеку осознавать себя и других в общественной системе. Существует множество теоретических подходов к изучению самосознания. Одни исследователи изучают проблемы соотношения сознания и самосознания, другие останавливаются на генезисе самосознания, еще одна группа исследователей изучает структуру самосознания и соотношение ее составляющих, а некоторые исследователи вообще отрицают роль самосознания в жизни человека (А. Пфендер, Т. Липпс, У. Джеймс, Дж. Мид, З. Фрейд, Э. Эриксон, А. Маслоу, Р. Кеттел, К. Роджерс, Р. Бернс, С. Л. Рубинштейн, В. В. Столин, П. Р. Чамат, И. И. Чеснокова и др.) [2, 4, 7, 9].

Уверенность в себе — это вера человека в самого себя, свой успех и самодостаточность. В трудах зарубежных ученых это качество определяется как «убежденность человека в том, что он в состоянии добиться успеха» (Р. Энтони); «способность к самовыражению» (Д. Либерман); «способность человека предъявлять требования и запросы во взаимодействии с социальным окружением» (Ullrich R.) и т. д. В работах отечественных ученых «уверенность в себе» рассматривается с точки зрения взаимодействия таких компонентов, как личностный, когнитивный, эмоциональный, поведенческий (Е. В. Кочнева, А. М. Прихожан, В. Г. Ромек, М. А. Селиверстова, Е. А. Серебрякова и др.) [5].

Социальная идентификация — процесс отождествления себя с определенной социальной группой по проблемам, интересам или симпатиям и т. д. эмоционально или в форме причисления себя к ним. Социальная идентичность — это результат социальной идентификации. Э. Эриксон выделял два аспекта идентичности. Первый раскрывает содержание «эго-идентичности», состоящей из двух компонентов: «органического облика» или «индивидуальности» (физический внешний облик, имеющиеся задатки) и «личностного» компонента (жизненный опыт в виде

самоотождествленного и целостного «Я»). Второй аспект — это «социальная идентичность», которая подразделяется на «групповую» и «психосоциальную». «Групповая» идентичность — это включенность индивида в различные существующие общности. «Психосоциальная идентичность» позволяет человеку ощутить свою значимость с точки зрения окружающих людей и общества в целом [3].

Социальная активность — совокупность форм человеческой деятельности, ориентированных на решение задач, стоящих перед обществом. Разные авторы по-разному трактуют это понятие. Социальная активность личности рассматривается как степень проявления его возможностей, социально-психологическую готовность к деятельности, как психологическое качество личности и т. д. (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, Д. Н. Узнадзе, А. С. Капто и др.) [6].

Мировоззрение человека определяется его совокупностью оценок, взглядов, ценностей, норм и установок по отношению к обществу и окружающей его среде. И как результат — это жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы и ценностные ориентации.

От того, как в личности развиты эти качества, как они отражаются в действиях и поступках, во многом зависит успешность и благополучие человека. В то же время успешному человеку свойственно постоянное развитие, он не останавливается на достигнутом. Это подтверждает и теория А. Кэмпбелла, который предполагает, что люди оценивают свое благополучие относительно того уровня жизни, к которому привыкли. И если уровень жизни повышается, то и уровень удовлетворенности возрастает. Но по мере привыкания к новому уровню жизни переживание удовлетворенности актуальной жизненной ситуацией снижается [10].

Чтобы проанализировать, повлияли ли проработки в Master Kit на некоторые социальные качества пользователей, им предложили оценить

изменения в себе. Респонденты определяли, стали ли они мыслить позитивно, стали ли более уверенными, более спокойными, повысилось ли у них качество жизни, поднялась ли самооценка, смогли ли они полюбить себя. А также насколько они удовлетворены уровнем своей жизни. На формирование чувства удовлетворенности оказывают влияние объективные характеристики социального положения, субъективные характеристики восприятия этого положения и оценочные характеристики. В основе последних, по мнению А. Кэмпбелла лежат уровень устремлений (то, чего человек стремится достичь), уровень ожиданий (то положение, которое человек надеется достичь в ближайшее время), уровень равенства (то положение, которое человек считает достойным для себя), уровень референтной группы (с которой он себя идентифицирует) и личностные потребности (предполагаемый размер вознаграждения) [8]. Данные оценки мы получили от респондентов, когда они отвечали на вопросы: «Для чего Вам нужна методика?»; «Какие цели Вы уже достигли?»; «Какие цели еще планируете достичь?».

Также респондентам были заданы вопросы, позволяющие оценить технику и методы проработок, предпочтения в предлагаемых продуктах.

Объект исследования: Пользователи программного продукта Master Kit. Для анализа респондентов разделили на четыре группы по длительности пользования программой: те, кто знаком с методикой до трех месяцев; 3-6 месяцев; 7-12 месяцев; более года.

Предмет исследования — социальные качества пользователей и индивидуальные особенности проработок в тренажерах.

Цель исследования заключается в изучении влияния проработок в тренажерах компании на социальные качества пользователей.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть технику и методы проработок и предпочтения пользователей.
2. Определить уровень удовлетворенности жизнью респондентами на основе их оценочных суждений.
3. Проанализировать влияние проработок на социальные качества пользователей.

Методы и техника сбора данных. Социологический опрос включает в себя анкетирование в электронной форме среди клиентов компании Super Ego. Бланк опросного листа включает в себя 25 вопросов, связанных с изучением методов, способов и предпочтений в проработках, оценок социальных качеств и социально-демографических параметров респондентов. Обработка результатов произведена в пакете SPSS и представлена в виде одномерных и двумерных распределений.

Результаты опроса

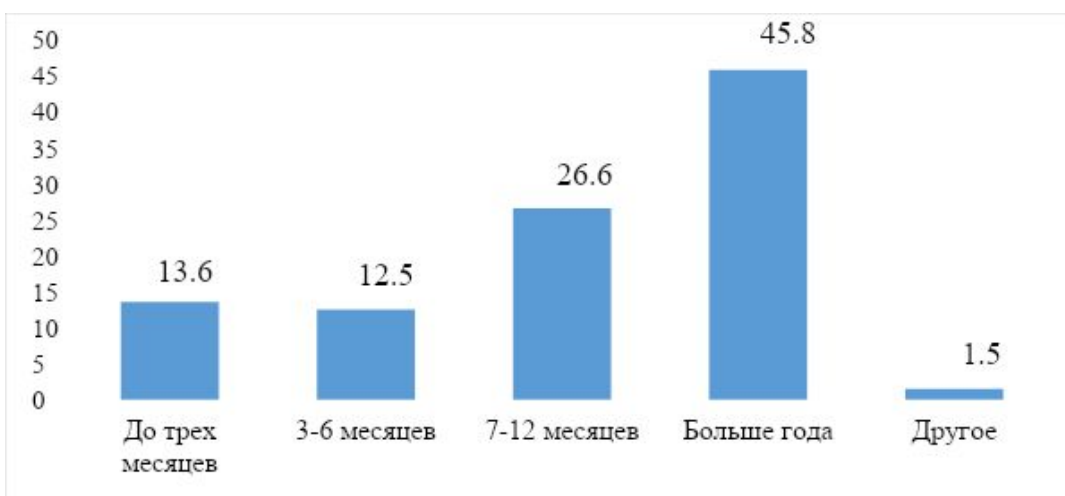
В феврале 2019 года компания Super Ego провела массовый социологический опрос на тему «Влияние Master Kit на пользователя» среди своих клиентов. Опрос проходил в электронном виде. Пользователям на почту была разослана ссылка на анкету для заполнения. Также эти ссылки были представлены на сайте и в Инстаграме на странице НИИ Super Ego. Таким образом, все желающие могли поучаствовать в опросе. Всего ответило 2429 пользователей. Среди них 92,7% (2252 чел.) — женщин и только 7,3% (177 чел.) мужчин. Возрастной состав респондентов разный, наибольшую группу представляют пользователи трудоспособного возраста от 31 до 40 лет (43,1%) и от 41 до 50 лет (27,7%). Менее пятой части — это молодые пользователи (17,3%). Десятую часть составили те, кому за 50 лет (11,8%).

Результаты опроса показывают широкую географию распространения Master Kit. Основные участники опроса — это жители России (41,9%, 1024

чел.) и Республики Казахстан (52,1%, 1271 чел.). 72 респондента отметили, что они являются жителями бывших союзных государств: Кыргызская Республика (23), Республика Узбекистан (19), Республика Таджикистан (1), Республика Беларусь (7), Азербайджанская Республика (2), Грузия (1), Украина (18), ДНР (1). Также респонденты (61 человек) отметили, что они являются жителями европейских и других государств: Великобритания (5), Германия (3), Италия (2), Австралия (2), Австрия (2), Бельгия (1), Вьетнам (1), Греция (2), Израиль (1), Индонезия (1), Ирландия (1), Испания (1), Калифорния (1), Канада (5), Кипр (1), Китай(1), Южная Корея (3), Мексика (1), ОАЭ (5), Мексика (1), Польша (1), США (8), Турция (5), Франция (1), Швейцария (1), Швеция (2), Япония (1), Португалия (1), Тайвань (1), Нидерланды (1) [Диаграмма 2].

Количество пользователей в компании Super Ego растет с каждым годом. Кто-то с компанией с года ее основания, кто-то присоединился позже, а кто-то — совсем недавно. Так, среди опрошенных наибольшее количество тех, кто пользуется методикой больше года (45,8%) (сюда же вошли ответы тех, кто написал, что с компанией и два, и три года). Более четверти среди опрошенных (26,6%) отметили, что они в методике от 7 до 12 месяцев. Тех, кто в методике от 3 до 6 месяцев — 12,5%. Новички, кто знаком с Master Kit до трех месяцев — 13,6%. Несколько человек (1,5%) отметили свои варианты. У них либо закончился срок действия тренажера, либо наступил перерыв между проработками, либо еще что-то. Успехи и результаты опрошенных во многом зависят от длительности пользования методикой. Поэтому дальнейший анализ ответов респондентов будем проводить по группам пользователей, в зависимости от длительности их пребывания в методике [Диаграмма 1].

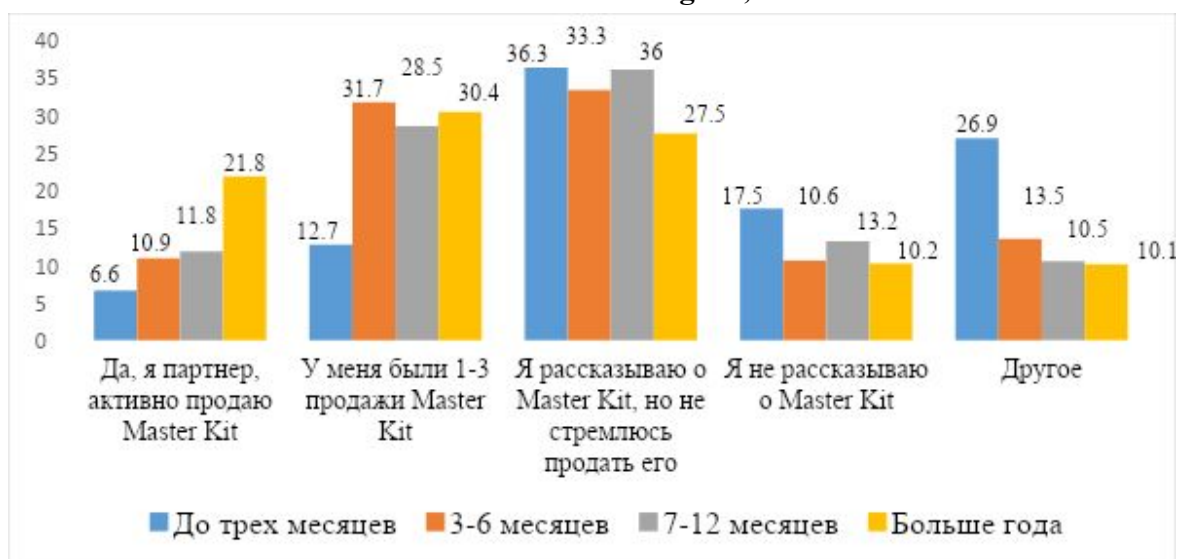
Диаграмма 1. Распределение ответов на вопрос «Как давно Вы пользуетесь методикой?», %



Поскольку компания Super Ego активно предлагает партнерские программы для всех своих клиентов, нам было интересно узнать, если ли среди респондентов не только пользователи «для себя», но и партнеры компании, предпочитающие «бизнес в стиле Super Ego». Последние составили шестую часть от всех опрошенных (15,6%). Количество тех, кто осуществил несколько продаж — 27,6%. Наибольшую группу составили те, кто рассказывает о методике, но при этом продажи не являются главной целью (31,7%). Никому не рассказывают о методике 12,1% респондентов. 13% предпочли написать свой вариант ответов. Ответы пользователей по группам распределились следующим образом: чем дольше респонденты в методике, тем чаще они отвечали, что активно продают продукт компании Master Kit, и чем меньше знакомы с методикой, тем чаще выбирали ответ, что продавать они не стремятся, хотя и рассказывают о нем. Так, среди тех, кто в методике до трех месяцев, лишь 6,6% отметили, что стараются активно продавать продукт компании, среди тех, кто знаком с компанией и ее продуктом от трех месяцев до полугода — 10,9%, те, кто от полугода до года пользуются методикой отметили, что среди них 11,8% тех, кто активно продает продукт. Более пятой части опрошенных (21,8%) среди тех, кто с компанией с самого основания и больше года, отметили, что они партнеры

компании и активно занимаются продажами [Диаграмма 2]. Среди тех, кто выбрал вариант «другое», чаще указано, что респонденты стараются продавать продукт, рассказывают всем, но результатов они пока не получают, продаж нет. Несколько человек отметили, что они настроены развивать серьезный бизнес в Super Ego. Недавние пользователи продукта отметили, что прежде чем предлагать другим, им необходимо самим получить положительные результаты.

Диаграмма 2. Распределение ответов на вопрос: «Занимаетесь ли Вы бизнесом с Super Ego?», %



Респонденты пришли в компанию с разными запросами. Кого-то волновало состояние своего здоровья или близких, некоторым необходимо было улучшить финансовое положение, другие желали наладить отношения с близкими и нужными людьми, а кому-то было важно найти пути самореализации, найти и познать себя. Некоторые пользователи отметили все сферы сразу. Респонденты дали множество ответов на вопрос: «Для чего Вам нужна методика?». Ответы можно объединить по нескольким направлениям. Приведем несколько цитат респондентов из разных сфер (стилистика авторов сохранена).

Респонденты, для которых являлось важным **финансовое благополучие** отмечали:

«Отдать долги, пробить финансовый потолок».

«Для увеличения дохода, для того чтобы повышать уровень нормы, слушать себя, чтобы ощущать себя нормально, зарабатывая миллионы \$ и держать все сферы жизни в балансе».

«Хочется финансового прорыва в жизни, перестать жить в долг».

«Получить результаты в сфере финансов, решать ежедневные задачи по пути к движению к цели. Для самосовершенствования».

«Улучшить финансовое положение, купить квартиру, детей обучить».

«Деньги хочу 🙌».

Часть респондентов настроены заниматься **бизнесом** в Super Ego и прорабатывают эти области:

«Для улучшения своего качества жизни и для того чтобы быть частью проекта Super Ego, вносить свою часть в его развитие».

«Для саморегуляции и бизнеса».

«Купила для себя, сейчас начала бизнес».

«Саморегуляция!!!! Чтобы ПРОДАВАТЬ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО В ПОТОКЕ».

«Изначально приобрела для того, чтобы разобраться в себе, сейчас хочу делать бизнес, мне нравится быть частью такой уникальной неповторимой компании, я кайфую от того что я в методике».

Некоторые отмечали, что они обратились к методике, чтобы поправить свое **здоровье** или здоровье своих детей, близких людей:

«Для решения трудных ситуаций, решения проблем со здоровьем детей».

«Покупала для себя, проработать свое здоровье после перенесенной онкологии. Сейчас хочу строить бизнес!».

«Для здоровья дочери».

«Я купила для лечения дерматита».

«Купила по болезни сына».

«Исцелить своего сына. У него ДЦП».

«В первую очередь покупала для избавления от заикания, мне стало легче разговаривать, но до конца не ушла проблема».

«Хочу вылечить сына от диагноза ДЦП, хочу, чтобы он сам мог ходить и сидеть». «Хочу дочку вылечить чтобы пятна исчезли от витилиго».

Значительное большинство пользователей отметили, что проработки им необходимы для **самопознания, самосовершенствования, повышения качества жизни**:

«Наладить диалог со своим подсознанием».

«Чтобы улучшить качество жизни».

«Обрести гармонию в жизни».

«Познать свои умственный капитал».

«Для создания классной жизни».

«Чтобы всегда быть осознанным».

«Методика мне нужна для прокачки своего подсознания».

«Чтобы убрать ненужные убеждения, легко претворять свои цели, раскрыть свои скрытые или заглушенные способности».

«Убрать свои лимитирующие убеждения».

«For high level of life».

«Улучшить реальность мою и моих близких. Хочу транслировать РАДОСТНЫЕ ВИБРАЦИИ».

«Для достижения своих целей, для создания себе РЕСУРСНОГО состояния, для того чтобы содержать свою душу и подсознание в чистоте».

Мы же не задаемся вопросом, для чего нам нужна зубная щетка или мочалка) Так и методика — она со временем будет В КАЖДОМ доме в мире и у каждого человека. Но кто-то будет ей пользоваться, а кто-то нет».

Часть пользователей написали о поисках **своего предназначения и самореализации** с помощью Master Kit:

«Открыть свое предназначение и улучшить свою жизнь. Простить всех, на кого в обиде».

«Для саморегуляции, для проработки собственного бизнеса, увеличение дохода».

«Раскрыть свои возможности на все 200%, освободиться от наемного труда, освободить голову от тараканов))) быть продвинутым и современным».

«Хочу найти дело, которое будет приносить удовольствие и финансовую стабильность. Улучшить финансовое состояние, исполнение желаний, улучшения себя и своего здоровья (хочу снять очки)».

«Я хочу реализоваться как адвокат, поднять свой рейтинг среди коллег и в обществе, хочу увеличить количество состоятельных клиентов, хочу в разы увеличить свой доход».

Для некоторых пользователей очень важно было наладить **отношения** между родителями и детьми, супругами, друзьями, близкими людьми:

«Цель — создать любящую семью и родить здорового и счастливого ребенка».

«Улучшить свою жизнь, отношения с супругом, дочерью, вообще с окружающими. Найти свое предназначение».

«Изначально приобретала, чтобы улучшить отношения с мужем. Этой цели так и не добилась, прорабатываюсь в целом, но глобальных изменений в моей жизни не произошло. Но я стала очень осознанной. Раньше во всем всех винила, сейчас понимаю, что я сама эти ситуации к себе

притянула. Прорабатываться не получается, наверное, потому что не чувствую НН и эйфорию».

Основная часть респондентов описывали сразу **несколько направлений**, с которыми они обратились в методику:

«Вернуть себя в осознанность, как раньше, вернуть снова свое финансовое благополучие, вернуть семью, уважение детей и снова открыть свое предназначение».

«Пробить финансовый потолок, Самооценка, новый уровень нормы, принять и полюбить себя».

«Освободиться от неактуальных запретов. Чувствовать себя комфортно и полноценно. Увеличить доходы. Хочу идеальное здоровье, устранить причины псориаза. Хочу кайфовать в отношениях и в то же время быть самим собой. Найти свое призвание».

«Мне нужно стать лучшей версией себя. Абсолютное здоровье и финансовое изобилие. Стать акционером Супер Эго».

«Быть здоровой клеткой, меняя себя осознанно, вдохновлять других, менять свое окружение, создать свою лучшую версию себя, просто и легко стать счастливым, полностью реализовать себя во всех 4 сферах».

Несколько человек указали, что им методика необходима для того, чтобы они могли **помочь окружающим стать осознанными**, стать лучше и счастливее. Некоторые видят в этом свою миссию:

«Я хочу сделать людей и в первую очередь свое окружение осознанными, чтоб люди перестали страдать и жертвовать».

«Миссия 500 000 000 осознанных».

«Делиться ею. Я так хочу, чтобы больше и больше людей становились счастливыми».

«Очень важно было для меня изначально привести свою жизнь в состояние счастья, но с каждым днем я всё больше понимала, что методика

должна быть в каждом доме, чтобы планета стала наполнена счастьем и добром и люди понимали, насколько все просто и легко можно в своей жизни построить или изменить, если не понравится».

«Для того чтобы найти и принять себя, найти свое предназначение, быть полезной для своей страны, для окружающих меня людей, быть проводником для тех, кто уже отчаялся и смирился с тем положением, что происходит в их жизни, для того чтобы прожить данную жизнь не зря!».

«Прорабатываю все свои проблемы, изучаю саму методика, как можно помочь с помощью методики инвалидам, больным в состоянии угнетения во время болезни, травмы, внутренней зажатости, комплексов и всем тем людям, кто попал в тяжелую ситуацию связи с увечьем или недугом».

Некоторые респонденты отметили, что так и не смогли понять, как работает методика, **не получилось у них прорабатываться** и цели своей они не достигли.

«Я купила, но очень мало проработок делала. Напряжения не чувствовала, было непонятно, всё ли я правильно делаю? В январе не продлила тренажер. Нужен был для проработок :) Питание сына наладить хотела. Но у меня ничего не получилось».

«Хотела изменений в лучшую сторону, но ничего не выходит».

Анализируя ответы респондентов на вопрос «Какие цели Вы уже достигли?», можно отметить, что у некоторых изначальные запросы к методике полностью удовлетворились, у кого-то только частично. Часть пользователей отметили, что идут по пути достижения цели. Несколько респондентов отметили, что еще не достигли никаких результатов. Успешно проработанные цели относятся к совершенно разным сферам жизни. Пользователи отмечали, что сумели наладить отношения, повысить качество жизни, поправить здоровье, улучшить финансовые результаты, поменять

работу, обрести любовь, родить долгожданных детей, похудеть, поднять свою самооценку, осуществить переезды и поездки в отпуск и т. д. Все опрошенные (2429 человек) описали свои результаты. Ниже приведем некоторые высказывания респондентов в качестве примеров из разных сфер жизни (орфография и пунктуация авторов сохранена).

«Моя дочь два года ходила в детский сад и не болела. Мама выжила после инсульта».

«Я в методике 9 месяцев, есть маленькие достижения по деньгам».

«Крупных целей нет, документы украденные вернули, ребенок меньше болеет, ситуации складываются, как мне хочется».

«Женился, родилась дочь, доход 100 000 руб. (не было ни копейки)».

«Увеличила доход, муж и сын имеют свой МК, и мы на одной волне)».

«Погасила все долги, еду к морю, уволилась с работы и стала заниматься любимым делом».

«Пробила свой финансовый потолок. Расту. Дети болеют очень редко. Родила ребенка. Улучшились отношения с мужем».

«Проработала бизнес брата. Помогла отцу».

«Осознание ответственности за свою жизнь, потихоньку избавляюсь от чувства вины. Раньше всегда ощущала вину за всё».

«Классная самооценка, вследствие — Сумочки LV, Gucci, брендовые вещи, поездка на Гавайские острова, 4 больших путешествия за 2018, полет бизнес-классом, статус БН, дорогие покупки, выправила челюсть, помогла своим родным».

«Депрессия прошла. Деньги, хоть и маленькие, приходят. Самочувствие улучшилось. Постоянная тревожность ушла. Появилась надежда на светлое будущее. Перестала обижаться и бояться».

«Получила машину в подарок».

«До конца — ни одной. Было много начинаний, но чтобы цель осуществилась на 100%, не помню такого».

«Основную цель я еще не достигла, но активно к этому двигаюсь. Но очень много быстрых результатов: подарки просто так (различные сертификаты, карты на сумму до 20-30 тыс. руб.), скидки на продвижения в сети, продажа дачи — легко, ресурсные люди, любовь к себе, выявление истинных целей (открытие для меня)».

«Больших целей не достигла и очень расстраиваюсь из-за этого».

«Муж бросил пить, устроился на работу, сейчас замдиректора на предприятии. У самой повышение должности, зарплаты, бросила курить — курила 23 года. На многое совсем другая реакция, нежели раньше».

«У дочери был реактивный артрит — здорова. Проработала свою мигрень, которой страдала более 20 лет. Увеличила доход от фитнеса для беременных в 3 раза. Развиваю новые направления деятельности. Зарабатываю с помощью МК. Повысила эффективность подготовки к родам беременных».

«Особо никаких. У меня сильное сопротивление. Сильная голова. Я даже во время проработок не могу отключить голову, всё анализирую».

«Купил машину Гелендваген».

«Оставила в покое сына (перестала его «дрессировать», «учить жизни», дала ему свободу, дала возможность быть самостоятельным, убрала все страхи, связанные с его будущим). Купила машину. Открыла свой бизнес (пока выясняю, зачем мне нужно не иметь доход от него). И очень много проработала со своими "тараканами"».

«Результатов много))), всю жизнь мечтал стать героем — стал))), спас двух тонущих людей».

«Спокойствие, отношение с мужем, онкология в полной ремиссии...».

«Я улучшила отношения с сестрой, изменила отношение к себе, стала с удовольствием заниматься ЗОЖ, а не потому, что надо; я ушла с работы по найму — этот шаг никогда бы не сделала без методики, стала заниматься саморазвитием».

«Увеличила доход в 12 раз, сын свободен от гайморита, за последний год посетила 7 стран, дети в методике, избавилась от депрессии, в структуре Super Ego — 500 человек, внутренняя гармония и позитив».

Цели, которые пользователи еще планируют достигать, не сильно отличаются от запросов, с которыми они пришли к методике. Некоторые респонденты прописали такие цели уже более конкретизировано. Например, если при ответе на вопрос «Для чего Вам нужна методика?», отмечали «Повышение доходов», то при ответе на вопрос «Какие цели планируете достичь?», отмечали «Уровень дохода 150 000 руб. в месяц». Или пользователь отметила, что пришла в компанию «Для достижения целей и саморегуляции», на момент опроса она уже достигла того, что «Улучшила отношения, повысила доход, ушла из найма» и ставит перед собой дальнейшую цель — «Выйти замуж, доход 300 000 в мес., купить машину, дом, путешествия». Клиенты ставят перед собой совершенно разнообразные цели, от удовлетворения простых бытовых нужд, улучшения здоровья, налаживания семейных отношений, изучения языков, покупки недвижимости, автомобилей премиальных марок, до реализации глобальных проектов по карьерному росту, смены места жительства и даже «...снять свой фильм, получить Нобелевскую премию мира "Вклад за развитие человечества"». Значительное количество респондентов ставит перед собой цель развития бизнеса в компании Super Ego, многие видят себя в дальнейшем акционерами.

Более половины всех опрошенных респондентов стараются проработать сразу несколько целей в тренажере (58,7%). Четвертая часть

прорабатывает по одной цели до достижения результатов (26,8%). Шестая часть написали свой вариант ответов (14,5%). Среди наиболее частых вариантов: прорабатывая одну цель, у респондентов попутно возникают другие, и они переключаются на них; есть какая-то основная цель и несколько дополнительных; прорабатывается то, что наиболее актуально на момент проработки; недавно приобрели тренажер и еще только изучают его; забросили проработки; истек срок действия тренажера. Ниже приведем несколько цитат по данным ситуациям (стилистика авторов сохранена).

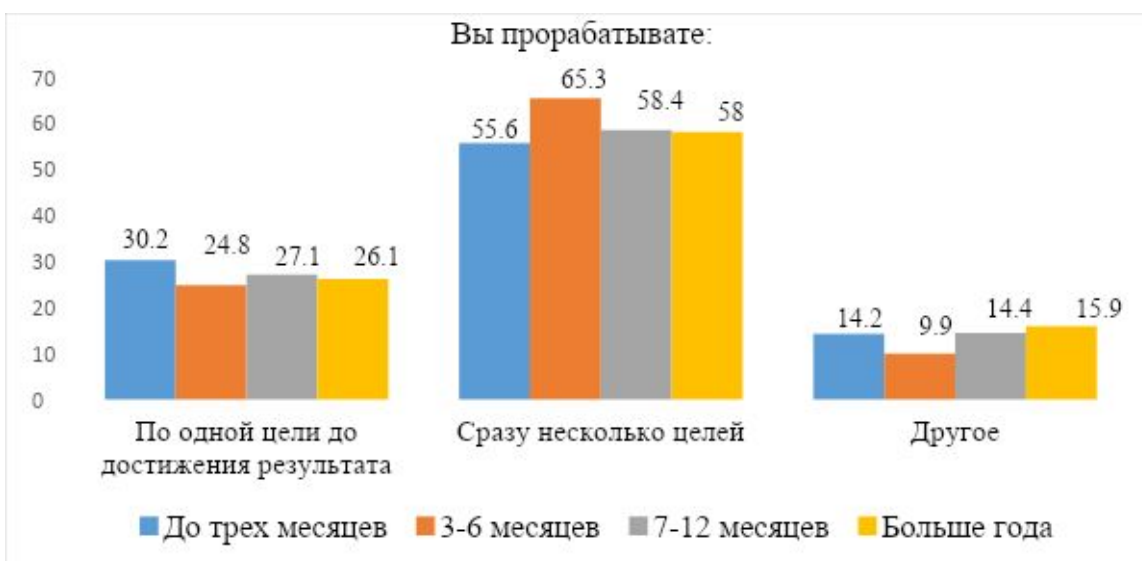
«Я кидаюсь из крайности в крайность. Сначала хватаюсь за одно, потом понимаю, что сначала нужно проработать другое. В конечном итоге всё уходит в УУ. Вот так и прорабатываюсь. Не всегда получается идеально».

«Когда как, у меня много чего, надо пробовать. Что, иногда просто не могу определить. И забрасываю 🤔».

«1-2 месяца на цель, потом, даже если не достигаю ее, меняю на 1-2 месяца на другую, потом возвращаюсь, чередую "легкие" и "труднодостижимые"».

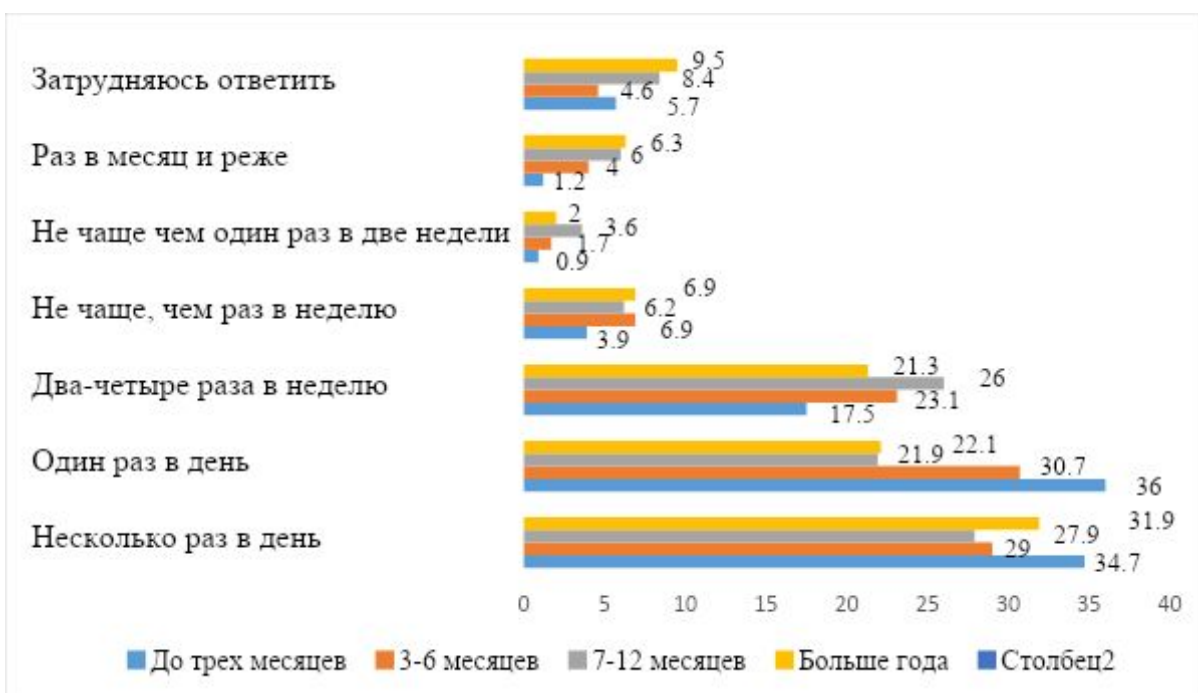
«Обычно прорабатываю одну цель. В основном то, на что у меня в данный момент нервное напряжение. Некоторые цели не получается прорабатывать до результата».

Диаграмма 3. Виды проработок, в зависимости от длительности пользования методикой, %



Распределение ответов в группах по длительности пользования методикой примерно одинаковое. И те, кто только начинают, и те, кто прорабатывается в течение года, и те, кто более года, чаще отмечали, что прорабатывают сразу несколько целей (55,6%, 65,3%, 58,4%, 58%). По одной цели прорабатывают чуть более четверти опрошенных респондентов, знакомых с методикой от трех месяцев и более (24,8%, 27,1%, 26,1%). Недавние пользователи чаще выбирали данный ответ (30,2%) [Диаграмма 3]. По ответам респондентов можно проследить следующую тенденцию: когда пользователи только знакомятся с Master Kit, они стараются точно выполнять задания, прорабатывать что-то одно. Получив первые результаты или поняв методику работы с продуктом, респонденты входят во вкус и начинают прорабатывать несколько целей, несколько направлений. Далее, через полгода проработок, большая часть респондентов снова старается сосредотачиваться на одной глобальной цели и попутно прорабатывать мелкие.

Диаграмма 4. Частота проработок в зависимости от длительности пользования методикой, %



Респонденты, приобретая Master Kit, рассчитывают добиться результатов. Успех во многом зависит от количества и качества проработок. Большая часть всех респондентов отметили, что прорабатываются несколько раз в день (30,9%) и один раз в день (25%). 22,3% — несколько раз в неделю, 6,3% — раз в неделю, раз в две недели — 2,2%, раз в месяц и реже — 5,2%. Если рассматривать группы по длительности пользования методикой, то наиболее часто прорабатываются недавние пользователи. Так, несколько раз в день делают проработки 34,7% респондентов, которые в методике до трех месяцев; 29% тех, кто от трех до шести месяцев; 27,9% кто от полугода до года и 31,9% наиболее давних пользователей. Один раз в день предпочитают прорабатываться 36% новых пользователей; 30,7% и 21,9% тех, кто от трех месяцев до года и наиболее опытных 22,1%. Раз в неделю и реже прорабатываются не более семи процентов респондентов во всех группах [Диаграмма 4]. Таким образом, по ответам респондентов можно сказать, что наиболее частые проработки предпочтительны для всех пользователей, и они

стараятся прорабатываться не реже чем несколько раз в неделю, раз в день и несколько раз в день.

Компания Super Ego предлагает пользователям большое количество разных целеориентированных дополнительных продуктов, направленных на основательную проработку конкретной области. Наибольшее количество всех респондентов отметили, что они пользуются этими продуктами (70,5%). Треть пользователей (29,5%) отметили, что нет. Чаще дополнительными продуктами пользуются те, кто в методике от трех месяцев и больше (75,2%, 75%, 71,2%). Среди новых пользователей таких более половины (54,7%). И вполне логично, что среди них наибольшее количество тех, кто отметил, что не пользуется дополнительными продуктами (45,3%). Среди тех, кто знаком с Master Kit от трех месяцев до полугода и до года, не пользуются дополнительными продуктами 24,8% и 25%. Среди наиболее опытных пользователей таких 28,8%.

Тем, кто пользуется дополнительными продуктами было предложено отметить, какими именно. Лидерами среди продуктов, по ответам всех респондентов, стали тренажеры «Эмоции» (60,3%), «Сильная голова» (57,5%), «Смирение» (52,4%) и «Соппротивление» (44,5%). Работают над своей самооценкой 7,6% пользователей. Проработки в отношении дохода, хоть и значительно уступают первым, находятся на третьем месте по количеству ответов («Увеличение дохода. Карьера» — 4,2%, «Увеличить доход от бизнеса в три раза» — 3,3%, «Увеличить доход от сетевого в три раза» — 4,3%, «Увеличить доход своего мужчины в три раза» — 2,5%). Менее двух процентов набрали остальные дополнительные продукты [Таблица 1].

Табл.1

**Распределение ответов на вопрос:
«Какими дополнительными продуктами Вы пользуетесь?»**

Варианты	Частота	Проценты
Эмоции	1051	60,3
Сильная голова	1002	57,5
Смирение	913	52,4
Соппротивление	776	44,5
Увеличение дохода. Карьера	74	4,2
Увеличить доход от бизнеса в три раза	58	3,3
Увеличить доход от сетевого в три раза	75	4,3
Отношения с родителями	9	0,5
Отношения с детьми и здоровье детей	32	1,8
Идеальные отношения с женщиной мечты	8	0,5
Постройнеть, создать тело мечты	18	1
Увеличить доход своего мужчины в три раза	43	2,5
Свобода от измен	3	0,2
Хочу создать отношения с мужчиной	28	1,6
Свобода от болезней	19	1,1
Хочу улучшить отношения с мужчиной	16	0,9
Самооценка	132	7,6
Стать мамой	3	0,2
Открытие предназначения	24	1,4
Открытие бизнеса	8	0,5

Не все респонденты пользуются дополнительными продуктами, 839 человек из опрошенных отметили, что они не пользуются. Из тех, кто пользуется, значительное большинство (71,9%) обращаются к дополнительным продуктам, когда им необходимо проработать глубже конкретную проблему. Десятая часть пользователей (10,6%) отметили, что дополнительные продукты позволяют им держать себя в тонусе и глубоко проработать все сферы. Еще 11,3% считают, что раз компания представляет

данные продукты, они должны их попробовать. Около ста человек (6,2%) написали свои варианты ответов. Во многих из них отмечалось, что дополнительные продукты помогают вернуться в осознанность, и благодаря готовым шаблонам, пользователям легче найти ответы на свои вопросы и получить результат. Приведем в пример некоторые цитаты (стилистика авторов сохранена):

«Было смирение на деньги, было сопротивление на результат».

«Для улучшения самой проработки. Техника проработки. Чтобы идеально получилось пройти к цели».

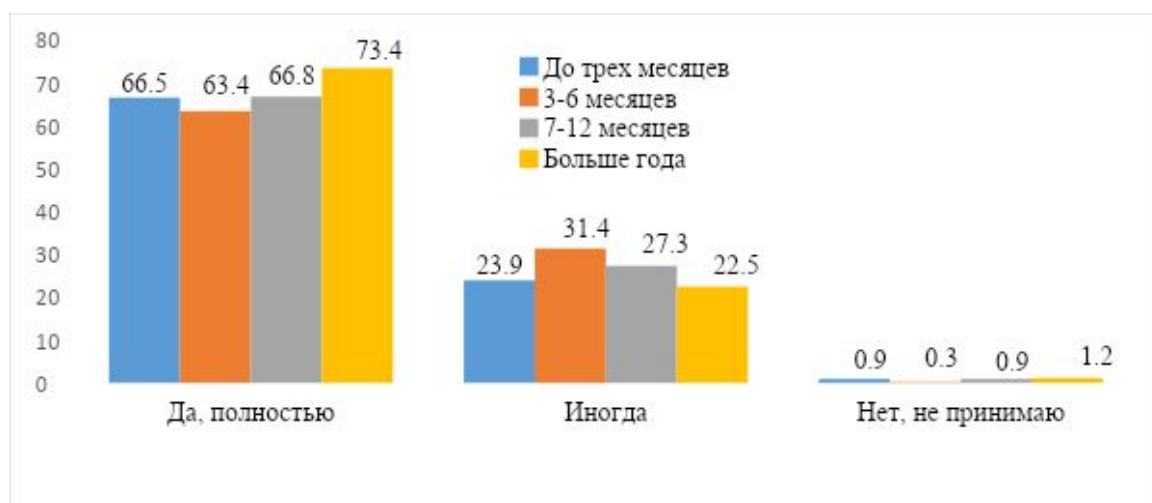
«Задавала вопрос в СКП, там посоветовали тренажер "Сильная голова"».

«Когда не могу проработаться, иду в дополнительный продукт и смотрю, что отзывается».

«Они дают готовые шаблоны и облегчают поиск установок».

«Я внимательна к своим актуальным внутренним запросам. Иду интуитивно туда, где максимальное нервное напряжение».

Диаграмма 5. Распределение ответов на вопрос: «Принимаете ли Вы аксиому 1.1?»



Чтобы проработки были успешными и пользователи достигли результатов, важным является принятие аксиомы 1.1. Наибольшая часть всех

респондентов (69,4%) отметили, что полностью принимают аксиому 1.1. Четверть всех опрошенных (25,1%) признались, что аксиому 1.1 им удается принимать иногда. Лишь 1% всех респондентов отметили, что они не принимают данную аксиому. 4,3% затруднились ответить на этот вопрос. Многие респонденты, отмечая, что они иногда принимают аксиому, давали пояснения, что часто выпадают из осознанности или, что в особо тяжелых ситуациях (смерть или болезнь близких людей) не могут принять, что это результат их собственных желаний. Длительность пользования методикой также напрямую влияет на степень принятия аксиомы. Так, среди пользователей, которые в методике до трех месяцев, 66,5% полностью принимают аксиому и 23,9% иногда; от трех до шести месяцев — 63,4% полностью и 31,4% иногда; от семи месяцев до года — 66,8% полностью и 27,3% иногда, больше года — 73,4% полностью и 22,5% иногда. Наименьшее количество тех, кто не принимает аксиому, в группе пользователей от трех до шести месяцев (0,3%), в других группах таких около одного процента (от 0,9% до 1,2%) [Диаграмма 5].

Табл.2

Распределение ответов на вопрос: «Удается ли Вам проработать установки, страхи, обиды, мешающие достижению цели?»

	До трех месяцев	3-6 месяцев	7-12 месяцев	Больше года	Всего
Установки					
Да, всегда	35,3	41,9	48,5	51,9	47,4
Иногда	44,7	49,8	42,8	42,1	43,6
Нет	10,3	5,6	4,8	4,6	5,6
Затрудняюсь ответить	9,7	2,6	3,9	1,3	3,3
Страхи					
Да, всегда	29,6	31,7	30,9	36,7	33,5
Иногда	47,4	54,1	52,6	48,9	50,3
Нет	13	10,9	11,6	10,9	11,4
Затрудняюсь ответить	10	3,3	5	3,6	4,8
Обиды					
Да, всегда	32,9	35,6	34,0	38,5	36,2
Иногда	42	50,2	48,8	46,2	46,8

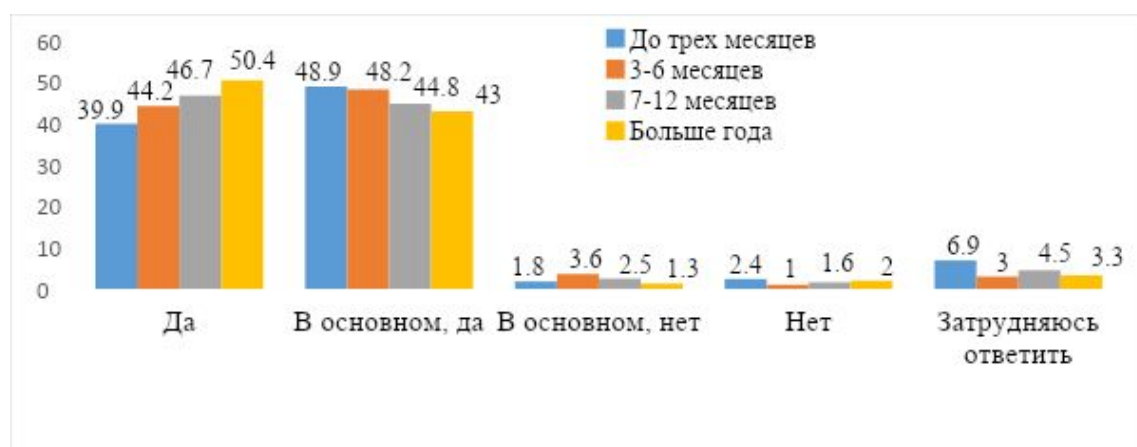
Нет	15,4	11,9	11,2	11,9	12,2
Затрудняюсь ответить	9,7	2,3	6	3,4	4,8

Когда респонденты прорабатывают ту или иную цель, они сталкиваются с некими установками, страхами, обидами, мешающими им достичь результата. По результатам опроса, примерно половина всех опрошенных респондентов отметили, что им всегда удается проработать установки (47,4%). Вариант «иногда» выбрали 43,6%, а 5,6% пока не смогли проработать свои установки. Полностью проработать свои страхи удается меньшему количеству пользователей. Лишь треть респондентов отметили, что смогли сделать это (33,5%). Половина всех опрошенных отметили, что им только иногда удается это сделать. Совсем не удается более десятой части (11,4%). Обиды полностью прорабатывают чуть большее количество пользователей, чем страхи. 36,2% отметили, что делают это всегда. 46,8% иногда удается проработать обиды, совсем не удается 12,2% [Таблица 2]. Результат ответов в подгруппах показывает, что чем большее время респондент находится в методике, тем чаще ему удается проработать установки, страхи и обиды; и чем меньшее время, тем чаще пользователи отмечали, что проработки этих зон им не удаются.

Абсолютное большинство респондентов отметили, что Master Kit помог им воспринимать происходящее вокруг с положительной стороны и мыслить позитивно (47,2% — «да» и 45% — «в основном да»). Около четырех процентов отметили, что Master Kit не повлиял на их позитивное мышление (2% — «в основном нет», 1,8% — «нет»). О том, что длительность нахождения в методике влияет на позитивное мышление, подтверждают ответы пользователей. Так, среди тех, кто только начал заниматься проработками, таких 39,9%, тех, кто до полугода в методике — 44,2%, кто от полугода до года — 46,7% и среди тех, кто более года — половина (50,4%). Среди тех, кто считает, что Master Kit не повлиял на образ мышления, ответы

распределились следующим образом: 2,4%, 1%, 1,6% и 2% соответственно [Диаграмма 6].

Диаграмма 6. Распределение ответов на вопрос: «Можете ли Вы сказать, что стали мыслить позитивно после проработок с Master Kit?», %



В том, что проработки повлияли на уверенность в себе, отметило также большинство пользователей. Из них 37,2% считают, что проработки однозначно оказали влияние, а 53,7% несмотря на то, что стали более уверенными, иногда всё же сомневаются в себе. 5,6% считают, что уверенность никак не зависит от проработок. Чем меньше пользователи в методике, тем реже они отвечали, что Master Kit повлиял на их уверенность. Так, среди недавних пользователей таких 27,2%, в группе 3-6 месяцев — 33%, 7-12 месяцев — 37,7% и, кто более года — 41%. Иногда сомневается в себе более половины опрошенных в каждой группе [Диаграмма 7].

Диаграмма 7. Распределение ответов на вопрос: «Можете ли Вы сказать, что стали более уверенными в себе после проработок с Master Kit?», %



Диаграмма 8. Распределение ответов на вопрос: «Можете ли Вы сказать, что стали более спокойными после проработок с Master Kit?»



Большая часть респондентов отметили, что они стали более спокойными. 41,9% отметили вариант «да» и 45,7% — «в основном да». О том, что проработки в Master Kit никак не повлияли на их уровень спокойствия, отметили не более 4% всех респондентов. Опять же, чем меньше по времени респонденты знакомы с методикой, тем меньше они связывали свой уровень спокойствия с проработками (35,3% — до трех месяцев) и чем дольше, тем чаще респонденты отмечали, что более спокойными они стали после проработок (45,8% — больше года) [Диаграмма

8]. Процент тех, кто не связывает свое спокойствие с проработками, в начинающих группах чуть меньше, чем в более опытных.

Диаграмма 9. Распределение ответов на вопрос: «Можете ли Вы сказать, что смогли полюбить себя после проработок с Master Kit?»



Четверть всех респондентов (26,8%) отметили, что проработки помогли им принять и полюбить себя такими, какие они есть. Более половины всех опрошенных (57,5%), отметили, что они смогли себя полюбить, но тем не менее иногда находят в себе недостатки, над которыми предстоит работать. Около десяти процентов пока так и не смогли принять себя (7,7% — «Нет, я очень часто критикую себя», 1,4% — «Нет, меня всё во мне не устраивает»). Некоторые респонденты написали свои варианты ответов, среди которых наиболее распространенным было объяснение, что проработки не повлияли, поскольку любовь к себе была у них всегда. Длительность и количество проработок также оказывают влияние на принятие данного качества. Более пятой части недавних пользователей (21,8%) отметили, что смогли после проработок полюбить себя, четверть таких, кто в методике от 3 до 6 месяцев (24,8%). В группе от 7 до 12 месяцев — 27,3%, среди тех, кто больше года прорабатывается — 28,6%). Более половины респондентов в каждой группе

те, кто полюбил себя после проработок, но всё равно находит над чем еще работать [Диаграмма 9].

Качество жизни после проработок также значительно улучшилось у 44,1% всех опрошенных. Незначительно поменялось у 41,5% и не изменилось совсем у 8,7%. Повышение качества жизни по ответам респондентов зависит от длительности проработок. В группе респондентов от трех месяцев значительно улучшилось у 28,7% и не изменилось совсем у 14,2%, в группе от трех до шести месяцев — 39,6% и 8,3%, в группе 7-12 месяцев — 42% и 9%, у тех, кто больше года в методике — 51,1% и 6,9% соответственно. Наибольшее количество затруднившихся с ответом в группе недавних пользователей — 14,8% [Диаграмма 10].

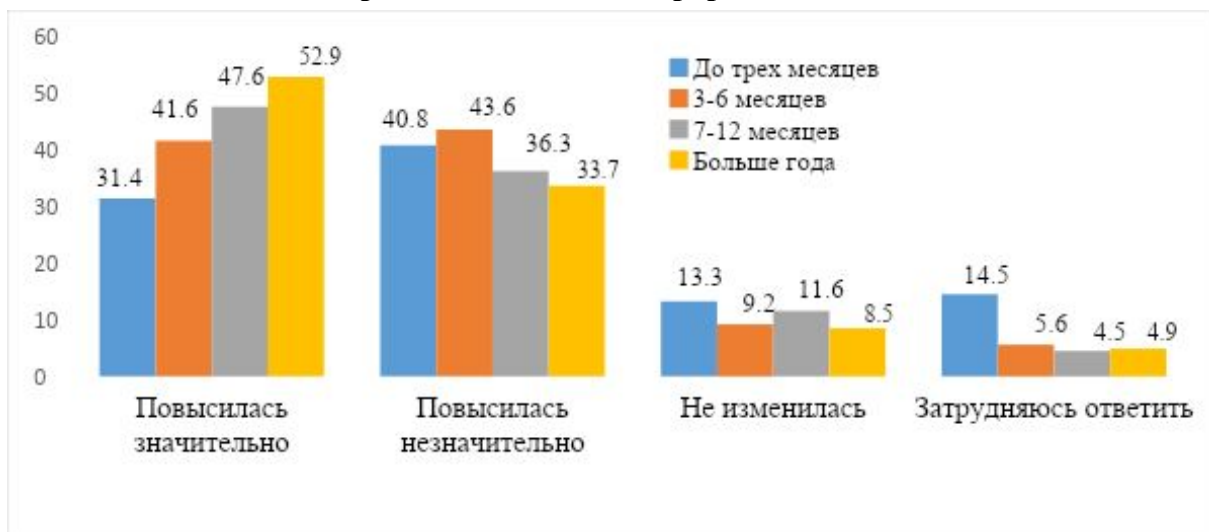
Диаграмма 10. Распределение ответов на вопрос о состоянии качества жизни респондентов после проработок, %



Самооценка у пользователей также повысилась после проработок. О том, что самооценка повысилась значительно, отметили 47,1% респондентов, незначительно повысилась она у 36,6%, не изменилась у десятой части респондентов (10,1%). Если рассматривать в группах, то среди недавних пользователей 31,4% отметили о значительном повышении самооценки; в группе от трех до шести месяцев — 41,6%; в группе от 7 до 12 месяцев —

47,6% и более половины (52,9%) в группе самых опытных пользователей. Не изменилась совсем у 13,3% недавних пользователей, 9,2% среди тех, кто 3-6 месяцев прорабатывается, 11,6% — 7-12 месяцев и 8,5% — кто больше года [Диаграмма 11].

Диаграмма 11. Распределение ответов на вопрос о состоянии самооценки респондентов после проработок, %



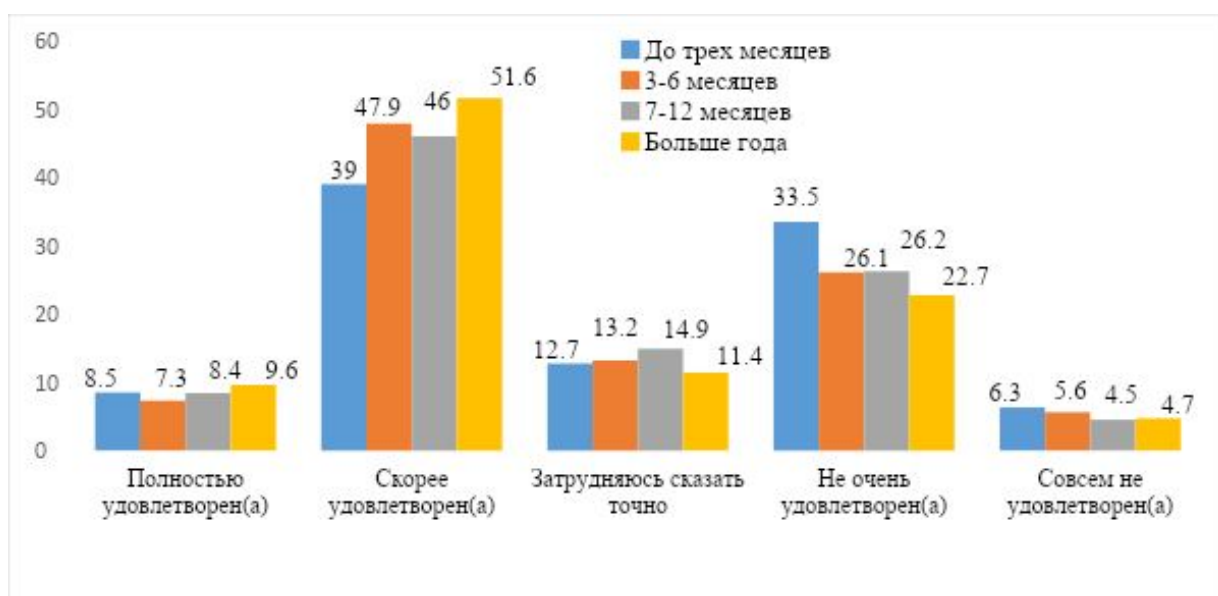
Интересно проследить прямую зависимость изменения качества жизни респондентов и самооценки после проработок. Так, повысились значительно и качество жизни, и самооценка у 73,8% опрошенных. Незначительно повысились качество жизни и самооценка у 68,8%. Никаких изменений не произошло у 53,5%. И 50,9% затруднились дать оценку [Таблица 3].

Табл. 3

Соотношение изменения качества жизни и самооценки у респондентов после проработок в Master Kit

Качество вашей жизни после проработок:	Ваша самооценка после проработок:			
	Повысилась значительно	Повысилась незначительно	Не изменилась	Затрудняюсь ответить
Повысилась значительно	73,8	21,9	3,5	13,7
Повысилась незначительно	23,7	68,8	33,9	27,3
Не изменилась	1,2	6	53,5	8,1
Затрудняюсь ответить	1,3	3,3	9,1	50,9

Диаграмма 12. Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены своей жизнью в целом?»



Почти половина всех опрошенных (47,9%) отметили, что скорее удовлетворены своей жизнью в целом. Полностью удовлетворены лишь 8,8%. Затруднились с ответом 12,8%. Четверть всех пользователей отметили, что не очень удовлетворены своей жизнью. 5% совсем не устраивает их жизнь. Чем дольше респонденты в методике, тем больше среди них удовлетворенных своей жизнью (39%, 47,9%, 46%, 51,6% — скорее удовлетворены) и тем меньше среди них неудовлетворенных (33,5%, 26,1%, 26,2%, 22,7%) [Диаграмма 12].

Выводы

Подводя основные итоги, следует отметить, что основная часть респондентов — это лица женского пола от 31 до 50 лет. Лишь менее восьми процентов мужчин приняли участие в опросе. Те, кто младше 30 лет и старше 50 также приняли участие в опросе, но в небольшом количестве. География распространения Master Kit достаточно обширна. Наиболее активными по количеству участников являются жители Республики Казахстан и России. Также пользователи из разных государств СНГ, Европы и других

континентов ответили на предлагаемые вопросы. Наибольшее количество участников опроса — это пользователи, которые с Master Kit уже более года. Четверть опрошенных — это те, кто прорабатывается более полугода. Меньшую группу по количеству составляют те, кто занимается с методикой менее полугода. Среди участников опроса есть те, кто пользуется методикой для себя, для решения своих проблем. Также в опросе приняли участие партнеры компании, те, кто только делает первые шаги в этом направлении, и те, для кого «бизнес в стиле Super Ego» является приоритетным направлением в жизни.

Пользователи пришли в методику с надеждой на решение абсолютно разных запросов. Почти все эти запросы можно сгруппировать по основным направлениям, проработку которых предлагает компания Super Ego. Это финансовое благополучие, налаживание всевозможных отношений, поиск своего предназначения, решение проблем со здоровьем. В своих запросах пользователи отмечали о желаниях самопознания, саморегуляции, познания своего внутреннего «Я», изменения себя, саморазвития, осознанности, обретения гармонии и уверенности, повышения своей самооценки. Некоторые пользователи (вероятно, наиболее опытные) описывали свои запросы одинаковыми терминами: «хочу стать здоровой клеткой», «стать улучшенной версией себя», «быть осознанной», «снять ограничения и установки со своего подсознания», «трансформировать установки» и т. д. То есть можно предположить, что пользователи уже общаются на одном, особом «сленге суперэговца», понимая друг друга через города и страны.

Значительное количество респондентов отметили, что смогли полностью или частично добиться своих целей. Планируя будущие проработки, некоторые конкретизировали свои запросы, кто-то расширил границы дозволенного себе, некоторые описали новые направления и желания, которые они планируют достичь.

Способы проработок у респондентов отличаются. В основном пользователи отметили, что прорабатывают сразу несколько целей. Но недавние пользователи чаще отмечали, что работают над одной целью до достижения результата. Здесь, наверно, сказывается также необходимость поэтапного выполнения заданий при знакомстве с тренажером. Более опытные пользователи отмечали, что работают над одной глобальной целью и попутно решают более мелкие запросы. Несколько человек отметили, что не смогли понять технику работы с методикой и достичь каких-либо результатов.

Основная часть всех респондентов отметили, что делают проработки не реже одной в день или несколько раз в день. Более пятой части прорабатываются несколько раз в неделю. Менее шести процентов отметили, что прорабатываются еще реже. Недавние пользователи чаще делают проработки от одной до нескольких в день.

Чтобы максимально быстро и эффективно достичь желаемых целей, респонденты обращаются к дополнительным продуктам, которые предлагает компания. Только треть всех опрошенных отметили, что не используют дополнительные продукты. Из них большинство — это недавние пользователи, которые только знакомятся с методикой и познают суть работы с ней. Наиболее популярными дополнительными продуктами у пользователей являются такие тренажеры как «Эмоции», «Сильная голова», «Смирение», «Соппротивление». Те, кто пользуется дополнительными продуктами, отметили, что они помогают им глубже проработать конкретную проблему. Некоторые респонденты отметили, что данные тренажеры позволяют им держать себя в тонусе и глубоко проработать все сферы, а также, раз они представлены компанией, то они должны их все попробовать. В своих ответах пользователи указывали, что благодаря

готовым шаблонам, работа в данных тренажерах облегчает их путь к поискам ответов и предоставляет возможность быстрее достигнуть результат.

Успешному достижению цели способствует принятие аксиомы 1.1. Три четверти отметили, что полностью принимают ее. Четверть пользователей отметили, что принимают, но иногда выпадают из осознанности. Чем больше пользователи знакомы с методикой, тем больше среди них тех, кто полностью принимает аксиому 1.1.

Результаты опроса показали, что пользователям наиболее легче удастся полностью справиться со своими установками. Обиды и особенно страхи поддаются проработкам сложнее.

Абсолютное большинство всех респондентов отметили, что проработки в Master Kit помогли им начать позитивно мыслить, стать более уверенными в себе, более спокойными, полюбить себя. Чем дольше пользователи знакомы с методикой, тем чаще они связывали эти результаты с проработками. Качество жизни и самооценка также изменились у респондентов. Некоторые отметили, что значительно, у других изменения на момент опроса не столь значительны. Чем меньше опыта в проработках, тем чаще отмечали пользователи, что самооценка и качество жизни не поменялись.

Люди, которые пришли в методику, это те, кого не устраивает сложившаяся ситуация в их жизни, это те, кто постоянно хочет что-то менять, совершенствоваться и получать лучшие результаты. Поэтому количество тех, кто полностью удовлетворен жизнью, лишь восемь процентов. В то время как почти половина всех опрошенных считает, что есть еще что улучшить, и поэтому они скорее удовлетворены и четверть тех, кто скорее не удовлетворен своей жизнью.

Существует мнение, что всё, что нас окружает — это отражение нашего внутреннего состояния. Поэтому людям важно иметь достойную самооценку, здоровую уверенность, безусловную любовь к себе, позитивный настрой. Все

эти параметры оказывают прямое влияние на качество жизни, на уровень удовлетворенности жизнью. Как показали результаты опроса, регулярные проработки в тренажерах компании Super Ego позволяют приумножить капитал этих качеств и вывести личность на другой уровень жизни.

Список источников и литературы

1. Гайфулин А. В. Различные теоретические подходы в определении понятия самооценки // Вестник ТГПУ. 2009. Выпуск 1(79). С. 73-76. URL: https://vestnik.tspu.edu.ru/files/vestnik/PDF/articles/gajfulin_a._v._73_76_1_79_2009.pdf
2. Мид Дж. Г. Интернализированные другие и самость // Американская социологическая мысль. — М.: Прогресс, 1994.
3. Общая социология. Социальная идентификация. URL: https://spravochnick.ru/sociologiya/socializaciya_sociobiologicheskie_predposylki_socializacii/socialnaya_identifikaciya/. (дата обращения: 20.02.2019)
4. Сабирова Р. Ш. Историографический обзор развития теоретических подходов к изучению проблем самосознания младших школьников. URL: <https://articlekz.com/article/11889> (дата обращения: 20.02.2019)
5. Соловьева О. В., Папура А. А. Феномен уверенности: понятие, подходы, составляющие // Сибирский психологический журнал. 2010. №38. С. 63-65.
6. Социальная активность. URL: <https://psyera.ru/socialnaya-aktivnost-649.htm> (дата обращения: 20.02.2019)
7. Столин В. В. Самопознание личности. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. — 288 с.
8. Удовлетворенность жизнью и уровень счастья: взгляд социолога: монография / Е. О. Смолева, М. В. Морев — Вологда: ИСЭРТ РАН, 2016. — 164с.

9. Щеблыкина Ж. В. Взгляд С. Л. Рубинштейна на развитие самосознания личности в жизненном пути // Психологический журнал Международного университета природы, общества и человека «Дубна», 2009. URL: <https://psyanima.ru/journal/2009/1/2009n1a5/2009n1a5.pdf> (дата обращения: 22.02.2019)

10. Campbell A. The Quality of American Life: Perceptions, Evaluations and Satisfaction [Text] / A. Campbell, Ph. E. Converse, W. I. Rogers. – New York: Russel Sage Foundation, 1976. URL: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015071884634;view=1up;seq=7> (дата обращения: 20.02.2019)

11. James W. Subjective effects of nitrous oxide. Altered states of 'consciousness. – New York: Wiley, – P. 359-362.

12. Ullrich DeMuynek R., Ullrich R. Standardisierung des Selbstsicherheitstraining für Gruppen // Behavior Therapy: Verhaltensherapy. 1973. Vol. 32. P. 69-89.