

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД
«ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ К. Д. УШІНСЬКОГО»**

*(кафедри теорії та методики практичної психології,
кафедра психіатрії, медичної та спеціальної психології)*

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(кафедра мовної та психолого-педагогічної підготовки)

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ Г. С. СКОВОРОДИ**

(кафедра психології)

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(кафедра практичної психології)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ПРАКТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

Збірник наукових праць
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

19 травня 2023 року

Одеса – 2023

Не менш важливим є дослідження студентської прокрастинації. Визначено, що більшість студентів схильні відкладати навчальну діяльність. Ця проблема особливо поширена серед студентів з проблемами самооцінки, імпульсивністю, поганою самоорганізацією та мотивацією уникати невдач. Переживання кризи статевого дозрівання збільшує ймовірність прокрастинації. Це пов'язано з адаптацією до нових ситуацій, які постають перед учнем: нові специфічні правила навчального процесу, зміни способу життя, зміни в особистому житті тощо. Більшість студентів усвідомлюють існування цієї проблеми та її серйозний вплив на якість життя, тому розуміють необхідність звернення за допомогою.

Таким чином, на нашу думку важливим є розуміння причин, що провокують розвиток прокрастинації у студентському віці, оскільки це не тільки дає поштовх для поглиблення знань з цього питання, але й допомагає формувати та розвивати стратегії психологічного впливу з метою профілактики й запобігання такої поведінки.

Література

1. Гаранян Н.Г. Перфекционизм и враждебность как личностные факторы депрессивных и тревожных расстройств: автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра. психол. наук по специальности 19.00.04. М., 2010.
2. Forstmann, B.U., Brass, M., Koch, I., von Cramon, D.Y. (2005). Internally generated and directly cued task sets: an investigation with fMRI. *Neuropsychologia*, 43, 943–952.
3. Solomon, L.J., Rothblum, E.D. (1984). Academic procrastination: Frequency and cognitive-behavioral correlates. *Journal of Counseling Psychology*, 31(4), 503–509.
4. Steel P., Klingsieck K.B. Academic Procrastination: Psychological Antecedents Revisited. *Australian Psychologist*. 2016. № 51. P. 36-46.

ЗВ'ЯЗОК САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЛЮДИНИ В ІНТЕРНЕТІ З РЕАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ОСОБИСТОСТІ

Шпаковська Ю.В., Вдовіченко О.В.

*Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
(м. Одеса, Україна)*

Проблема зв'язку самопрезентації особистості із реальною ідентичністю особистості є однією з найважливіших проблем сучасної психології. Це пов'язано із тим, що при взаємодії із оточуючим світом та мережею Інтернет особистість кожен день стикається з проблемою самопрезентації себе в інтернеті, сприйняттям інших користувачів та специфікою комунікації в мережі. Зазвичай, самопрезентація в мережі є здійсненням бажань – сили і могутності, краси, приналежності до певної групи, соціального статусу тощо. Тому, з одного боку, віртуальна самопрезентація може відображати бажання, незадоволені в реальному житті, а з іншого - бути прямим наслідком реальної ідентичності.

Проблему «самопрезентації у мережі» висвітлювано А.А. Вербицьким, В. А. Плешаковим, І.Г. Сидорова та Д. Солов'йовим.

Виходячи із актуальності проблеми, ми поставили за мету: розкрити особливості самопрезентації особистості у мережі Інтернет та у реальному житті. Виходячи із мети дослідження визначили задачі: сформувані образ особистості в Інтернеті; визначити специфіку самопрезентації у мережі серед людей різних

груп та професій; проаналізувати доступну наукову літературу та вивчити зв'язок самопрезентації особистості в Інтернеті та в реальному житті.

Для Інтернет-комунікації та самопрезентації характерний особливий процес міжособистісного сприйняття. У ньому немає ніякої невербальної інформації, крім відео зв'язку. Емоційну складову спілкування важко передати та сприйняти в Інтернеті без паралінгвістичної складової [3].

Інтернет оцінює реальний соціальний статус користувачів, і вони мають можливість змінити його і вибрати той, який особистості потрібний. Багато хто усуває серйозні культурні, вікові та інші бар'єри для соціального спілкування.

Невербальні стилі спілкування втратили свою роль у просторі текстового спілкування в Інтернеті. Учасники спілкування можуть висловити свої почуття посмішкою або смайлом. Фізична відсутність користувача в акті спілкування сприяє тому, що відчуття не тільки виражаються, але й приховуються чи моделюються.

Таким чином, у мережі за наявності фізичної відсутності партнерів зі спілкування, втратили своє значення ціла низка бар'єрів, які пов'язані з характеристиками зовнішнього вигляду людини (наприклад, стать, вік, соціальний статус, зовнішня привабливість чи непривабливість) [1].

Більшість дослідників та вчених відзначають, що Інтернет, як абсолютно інша соціальна реальність, починає надавати унікальну можливість: змінити ідентичність завдяки самопрезентаційній поведінці користувача. Самопрезентація особистості тут розуміється як поведінкове вираження емоційних і когнітивних елементів «Я»-концепції, а ідентичність як синонім «Я»-концепції або її центрального конструкту. Причини зміни ідентичності включають компенсацію (користувач не задоволений певними аспектами реальності), самоактуалізацію (користувач не може при реальній комунікації висловлювати всі аспекти багатогранного «Я»), отримання нового досвіду та створення обраного образу «Я» [2].

Виходячи із загальної мети нашої роботи ми підібрали комплекс психодіагностичних методик, які нам допоможуть у емпіричному дослідженні. Ми використовували «Методику дослідження особистісної ідентичності» (МДОІ) (Д.Б. Шнайдера) та «Шкалу виміру тактик самопрезентації» (С. Лі, Б. Куїглі).

У дослідженні брали участь 25 опитуваних, включаючи жінок та чоловіків віком від 18 до 50 років із різним соціальним статусом та різними життєвими обставинами.

Визначено за даними методики «Дослідження особистісної ідентичності» (МДОІ) (Д.Б. Шнайдера), що в середньому для респондентів найбільш характерною є такий тип особистісної ідентичності як «диффузна ідентичність» або ж як її ще називають «розмита чи розпливчата ідентичність». Диффузна ідентичність (дифузія самоідентичності, нестабільність образу Я, слабодиференційована Я-концепція) – недолік інтеграції ідентичності виявляється в тому, що у особистості є відчутні протиріччя у сприйнятті самої себе, що поєднуються з бідним та плоским сприйняттям інших; визначається як

недолік автентичності, цілісності історії власного життя, недостатня впорядкованість та зв'язність внутрішнього світу (труднощі та розриви при описі власної особистості). Труднощі пристосування до цих людей очевидні при наявності невизначеності та свободи вибору, що означає, що суб'єкт має певну ступінь автономії та відповідальності за те, що з ним відбувається. Це характерно для людей з «тендітною» крайньою особистісною організацією, які часто втрачають тимчасову перспективу (постійна орієнтація в часових координатах власного життя, численні спогади), мають знижену толерантність до амбівалентності, не в змозі впоратися з розлукою.

За результатами другої методики «Шкала вимірювання тактик самопрезентації» (С. Лі, Б. Куїглі) визначено три найпоширеніші тактики самопрезентації серед респондентів: «бажання сподобатися», «перешкода самому собі» та «зречення» (усі три шкали зустрічаються майже у кожного другого опитуваного), що свідчить про низький рівень самооцінки. І при першому знайомстві або при самопрезентації більшість респондентів відчують складність знайти гарні якості у своїй особистості та перешкоджають самим собі, але при всьому цьому намагаються сподобатися співбесіднику.

Визначено, що у більшості людей, які мають тактику самопрезентації бажання сподобатися, перешкоду самому собі та зречення мають прояв дифузної ідентичності особистості.

Отже, самопрезентацію особистості можна розглядати як засіб управління враженням, яке людина справляє на інших у процесі взаємодії. Але дуже важливо робити це усвідомлено та розуміючи усі наслідки, адже перше враження можливо скласти лише один раз. Саме у Інтернеті особистості мають змогу експериментувати із своїм образом та змінювати його лише побажавши, адже у разі виникнення проблем можна просто видалити сторінку, пост, коментар або вийти із мережі.

Література:

1. Скулатова О.В. (2016) Використання даних, отриманих з Інтернету, для психологічного аналізу особистості [Науковий вісник Херсонського державного університету], Серія «Психологічні науки». Херсон, Випуск 1, Том 2., 106-111.
2. Becker B. (1997) To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments. International Conference on Women, Work and Computerization. Proceedings of the 6th International IFIP-Conference, Berlin, 211-212.
3. Dautenhahn K. (1997) The physical body in Cyberspace: at the age of extinction? 1st Edition. 12.

ІСТОРИКО-ФЕНОМЕНОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ БУЛІНГУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ЯВИЩА

Гребеннікова Ю. Ю., Асєєва Ю. О.

*Одеський національний економічний університет
(м. Одеса, Україна)*

Хоча булінг є давнім явищем, лише нещодавно його визнали серйозною та поширеною проблемою серед дітей та молоді в Сполучених Штатах, Скандинавії, Англії, Австралії, Південної Кореї, деяких держав Європи та у тому числі й України.