

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Гуманітарно-правовий факультет

Кафедра психології

Кваліфікаційна робота

(тип кваліфікаційної роботи)

Магістр

(освітнійступінь)

на тему «Особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем
Інтернет–залежності»

ХАІ.704.7–96п1/2.24О.053. 10764298 КР

Виконав: здобувач (ка) б курсу групи №7–
96п1/2

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові
науки»

(код та найменування)

Спеціальність 053 «Психологія»

(код та найменування)

Освітня програма «Психологічне
консультування та психотерапія»

(найменування)

Тетяна ВОЛОШИНА

(прізвище та ініціали здобувача (ки))

Керівник: Борис ГУЛЬМАН

(прізвище та ініціали)

Рецензент: Анастасія БОЛЬШАКОВА

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Факультет Гуманітарно-правовий факультет
Кафедра психології
Рівень вищої освіти другий магістерський
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
(код і найменування)
Спеціальність 053 «Психологія»
(код і найменування)
Освітня програма «Психологічне консультування та психотерапія
(найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Юрій ГУЛІЙ

(підпис)

(ініціали та прізвище)

«05» жовтня 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Волошина Тетяна Олександрівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи Особливості Я-концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет-залежності

керівник кваліфікаційної роботи Гульман Борис Львович, док.псих.наук, проф.к.704
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Університету №2043-уч від «27» листопада 2023 року.

2. Термін подання здобувачем кваліфікаційної роботи «12» лютого 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи дослідити особливості Я-концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет-залежності

4. Зміст пояснювальної записки (перелік завдань, які потрібно розв'язати) провести теоретичний огляд літератури з питання Я-концепції; дослідити особливості Я-концепції у користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет-залежності; дослідити особливості Я-концепції у користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет-залежності; здійснити порівняльний аналіз особливості Я-концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет-залежності

5. Перелік графічного матеріалу: _____

Рис. 8

Табл. 5

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Гульман Борис Львович, док.псих.н., проф.к.704	26.10.23	06.11.23
2	Гульман Борис Львович, док.псих.н., проф.к.704	07.11.23	24.11.23
3	Гульман Борис Львович, док.псих.н., проф.к.704	25.12.23	12.01.24

Нормоконтроль _____ С. В. Кузьміна «12» лютого 2024 р.
(підпис) (ініціали та прізвище)

7. Дата видачі завдання «05» жовтня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Затвердження теми, мети та завдань роботи.	05.10.23–17.10.23	
2.	Складання плану роботи.	18.10.23–25.10.23	
3.	Аналіз літературних джерел. Написання першого розділу роботи.	26.10.23–06.11.23	
4.	Планування дослідження та підбір методик. Написання другого розділу роботи.	07.11.23–24.11.23	
5.	Проведення дослідження.	27.11.23–15.12.23	
6.	Статистична обробка отриманих даних.	18.12.23–22.12.23	
7.	Написання третього розділу роботи.	25.12.23–12.01.24	
8.	Написання загальних висновків по роботі та оформлення тексту роботи.	15.01.24–26.01.24	
9.	Передзахист.	30.01.2024	
10.	Внесення коректив до роботи.	02.02.24–07.02.24	
11.	Оформлення та підписання відповідної документації(висновок керівника, висновок кафедри, рецензія та довідка на предмет наявності порушень академічної доброчесності).	09.02.24–11.02.24	
12.	Підготовка електронної презентації та тексту доповіді.	05.02.24–09.02.24	
13.	Строк подання здобувачем роботи на кафедру.	12.02.24	
14.	Захист.	15.02.24	

Здобувач _____

(підпис)

Т.О. Волошина

(ініціали та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи _____

(підпис)

Б.Л. Гульман

(ініціали та прізвище)

Реферат

Кваліфікаційна робота: 53 с., 5 табл., 8 рис., 4 дод., 39 джерел.

Ключові слова: Я–КОНЦЕПЦІЯ, САМОСТАВЛЕННЯ, ОБРАЗ «Я», ІНТЕРНЕТ–ЗАЛЕЖНІСТЬ, ІНСТАГРАМ, КОРИСТУВАЧІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Об'єкт дослідження – Я–концепція особистості.

Предмет дослідження – особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм.

Мета дослідження – визначити особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності.

Методики дослідження: тест Інтернет–залежності К.Янг, тест–опитувальник «Шкала самоствавлення» В.В. Століна, С.Р.Пантелеєва, методика «Хто Я?» М. Куна. Т. Макпартленда, опитувальник образу свого тіла С.В. Сивухи та математико–статистичні методи обробки даних U–критерій Манна–Уїтні та Факторний аналіз.

Висновки: користувачі Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності орієнтуються на свої фізичні, матеріальні блага, задля досягнення власних цілей. У користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності впевненість у собі та відповідальні збільшують продуктивність та бажання бути матеріально забезпеченими, підвищення саморозуміння знижує незадоволеність від власного життя, і як результат, мотивує людей до самовдосконалення. У користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності сприйняття свого образу тіла відбувається через емоційний компонент, а самооцінка тіла є виражено–незадовільною. В структурі Я–концепції ключову роль займає Фізичне Я. Порівняльний аналіз користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності виявив, що користувачі Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності частіше за користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет залежності схильні до Самоприйняття, що в більшості випадках базується на зовнішній оцінці оточуючих, у той час, як користувачі Інстаграм з низьким рівнем Інтернет залежності схильні до самоінтересу.

Abstract

Thesis: 53 pages, 5 tables, 8 figures, 4 appendices, 39 sources.

Keywords: SELF-CONCEPT, SELF-ESTEEM, SELF-IMAGE, INTERNET ADDICTION, INSTAGRAM, SOCIAL MEDIA USERS.

Research object – Self-concept of personality.

Research subject – Features of self-concept in Instagram users.

Research aim – To determine the peculiarities of self-concept among Instagram users with varying levels of internet addiction.

Research methods: Internet Addiction Test by K. Young, "Self-esteem Scale" by V.V. Stolin and S.R. Panteleyev, "Who Am I?" method by M. Kuhn and T. McPartland, S.V. Sivukha's body image questionnaire, and mathematical-statistical data processing methods using Mann-Whitney U-test and Factor Analysis.

Conclusions: Instagram users with low internet addiction tend to focus on their physical and material well-being to achieve personal goals. Those with lower addiction levels demonstrate increased self-confidence, responsibility, productivity, and a desire for material prosperity. Enhanced self-understanding reduces dissatisfaction with life, motivating self-improvement. Conversely, highly addicted Instagram users perceive their body image emotionally, displaying significantly lower body self-esteem. Within the self-concept, Physical Self plays a crucial role. Comparative analysis showed that highly addicted Instagram users tend to rely on Self-acceptance, primarily influenced by external evaluations, while those with low addiction levels lean towards Self-interest.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1. ПОНЯТТЯ Я–КОНЦЕПЦІЇ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ.....	5
1.1. Я–концепція в психологічних теоріях сучасних та класичних вчених.....	5
1.2. Особливості розвитку та структури Я–концепції.....	9
1.3. Емпіричний огляд особливостей Я–концепції у сучасної людини.....	17
Розділ 2. ВИБІРКА ТА МЕТОДИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ	23
2.1. Особливості вибірки дослідження.....	23
2.2. Методики дослідження.....	23
Розділ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ Я–КОНЦЕПЦІЇ У КОРИСТУВАЧІВ ІНСТАГРАМ З РІЗНИМ РІВНЕМ ІНТЕРНЕТ–ЗАЛЕЖНОСТІ.....	28
3.1. Особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з низьким рівнем інтернет–залежності.....	28
3.2. Особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з високим рівнем інтернет–залежності	35
3.3. Чинники Я–концепції у користувачів Інстаграм (відповідно до рівня Інтернет–залежності)	42
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	50
ДОДАТОК А Методики.....	63

ВСТУП

Актуальність дослідження. Вивчення Я–концепції у людей, що користуються соціальними мережами, є актуальним і важливим з кількох причин:

По–перше, соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя багатьох людей. Вони створюють можливість для вираження свого «Я» через профілі, статуси, фотографії тощо. Вивчення того, як соціальні мережі впливають на формування концепції «Я», допомагає зрозуміти, як ці технології впливають на самооцінку та самовизначення людей.

По–друге, у соціальних мережах багато людей створюють «віртуальні образи» самих себе, які можуть відрізнятися від їх реального «Я». Вивчення, як це віртуальне самовідображення впливає на сприйняття себе та спілкування з іншими, має велике значення для розуміння взаємодії в онлайн–середовищі.

По–третє, у соціальних мережах можуть виникати ситуації, коли люди зіштовхуються з негативними коментарями, критикою або порівняннями з іншими. Це може впливати на їхню самооцінку та концепцію «Я». Розуміння цих динамік допомагає розробляти психологічні інструменти для збереження психічного здоров'я користувачів соціальних мереж.

В–четвертих, безпека в соціальних мережах є важливою проблемою. Вивчення того, які дані користувачі діляться та як це впливає на їхню концепцію «Я», може допомогти розробити кращі практики щодо захисту особистих даних.

Розумінням поняття Я–концепції займалися такі вчені, як У. Джеймс, Р. Бернс, О.М. Леонт'єв, І.С. Кон, .В.В. Столкін, В.С. Агапов, С.Л. Рубінштейн, та багато інших, втім, сучасний світ все більше занурюється в віртуальний простір, що рухає кордони розуміння Я–Концепції та її впливу на особистісне та міжособистісне життя людей.

Об'єкт дослідження: Я–концепція особистості.

Предмет дослідження: особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм.

Мета дослідження: визначити особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності.

Задачі:

1. Провести теоретичний огляд літератури з проблематики Я–концепції.
2. Дослідити особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності.
3. Дослідити особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності.
4. Здійснити порівняльний аналіз особливостей Я–концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності.

Для вирішення завдань дослідження були використані такі методики, як Тест Інтернет–залежності К.Янг, тест–опитувальник «Шкала самоствавлення» В.В. Століна, С.Р.Пантелеєва, методика «Хто Я?» М. Куна. Т. Макпартленда, опитувальник образу свого тіла О.А. Скугаревського, С.В. Сивухи, також були використані математико–статистичні методики обробки даних U–критерій Манна–Уїтні та Фаторний аналіз.

В дослідженні прийняли участь 72 опитувальних віком від 18 до 25 років з України.

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ Я–КОНЦЕПЦІЇ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

1.1. Я–концепція в психологічних теоріях сучасних та класичних вчених

Концепція самосвідомості має довгу історію та є однією з найстарших напрямків аналізу в соціальних науках. Найобширніший розділ у першому вступному підручнику з психології, який написав Уільям Джеймс у 1890 році, був присвячений вивченню саме внутрішнього світу людини та підняв багато питань, що залишаються актуальними й сьогодні [30].

Визначення Я–концепції стосується уявлення про себе або особистого ставлення до себе, що є вкрай індивідуальним. Це поняття породжує терміни самовизначення та самооцінки, які описують різні аспекти життя особистості. Я–концепція включає кілька ключових компонентів: сам внутрішній образ, особиста оцінка, напрямок особистого розвитку, можливості впливу (зовнішній та внутрішній контроль), а також соціальну роль (очікування та вимоги, що пред'являються до особистості в суспільстві) [26].

У період виникнення концепції Я–концепції в 1960–х роках вона розглядалася, як універсальне та стаłe уявлення про себе, не змінне ні в часі, ні в різних ситуаціях. На погляд М. Блатного, у сучасній психологічній літературі, погляд на Я–концепцію є значно більш складним: він враховує багато планів, ієрархічно упорядковану структуру, динаміку функціонування та взаємозв'язок між процесами та структурними аспектами Я [26].

Філософ Є.В. Ільєнкова розглядала самосвідомість як характеристику особистості, яка надає їй суб'єктивність [13].

Є.В. Ільєнкова писала, що у спільній концепції філософського розуміння проблеми самосвідомості підкреслюється єдине сприйняття відносин особистості себе і світу [13].

На її думку, Я–концепція є системою очікувань, установок, переконань і поглядів людини про себе, яка виконує важливі функції життя людини [13].

О.Є. Гуменюк визначав самосвідомість як динамічне ставлення особистості до свого власного світу, включаючи формування та усвідомлення складних взаємозв'язків з простором і часом, а також сприйняття та інтерпретацію простору та часу як важливих аспектів зовнішньої та внутрішньої реальності [8].

Відповідно до О. Фурман, Я–концепція є інтегральною складовою психіки, що є складною, багатокomпонентною і динамічною системою, що виражає ставлення особистості себе і до зовнішнього світу. Її природою є оцінювальна діяльність свідомості [19].

Іншими словами, «Я–концепція» є ланкою між двома різними рівнями цінностей, які існують як єдиний, цілісний суб'єктний простір. Ці рівні включають:

1. Рівень власно–особистісних цінностей, що охоплює ціннісне вимір особистості, який формується мотивами через значні смисли.
2. Рівень соціальної спільності, що є ціннісним виміром суспільства [19].

В. Микаелян стверджує, що центром особистості та її самосвідомості є «Я», що виконує інтегруючу та регулюючу функції психіки, переважно на несвідомому рівні. «Я» має свою самосвідомість або «Я–концепцію», яка включає відносно стійкі уявлення індивіда про себе. «Я–концепція» складається з взаємопов'язаних підструктур, таких як «реальне Я», «ідеальне Я», «актуальне Я». Ці стійкі образи дозволяють гнучко реагувати зміни у навколишньому середовищі [17].

Аналізуючи роботи авторів, В.Т. Циба пише, що теорія символічного інтеракціонізму, сформульована соціологом Ч. Кулі на початку ХХ століття, висуває ідею «дзеркального Я», де уявлення людини про себе формується під впливом оточуючих осіб і включає три компоненти: уявлення про те, як вона

виглядає перед іншими, уявлення про те, як інші оцінюють її і пов'язану з цим самооцінку [21].

Процес формування «Я» виникає під час реальної взаємодії індивіда з іншими людьми в межах соціальних груп і в залежності від ролей, які він виконує, був досліджений Дж. Г. Мідом. За концепцією «дзеркального Я» Кулі, Мід вважав, що формування людського Я є соціальним процесом всередині самої особи, де виникають дві основні складові: Я–свідоме (І), яке відображає спонтанну самосвідомість індивіда, і Я як об'єкт (Me), яке формується зі значень та цінностей, а також з взаємин з іншими людьми та спільної діяльності. Інтеграція цих двох аспектів формує особистість як цілісний образ [16].

Я–концепція, може мати як позитивний, так і негативний напрямок. Позитивна Я–концепція формується, коли ми сприймаємо себе як компетентних та гідних індивідів. З іншого боку, негативна самооцінка виникає у відповідь на несхвалення, критику, звинувачення та сумніви у своїх здібностях.

Існує взаємодія між Я–концепцією та соціальним середовищем. Люди з позитивною самооцінкою виявляють впевненість у собі у соціальних ситуаціях, що може викликати позитивні реакції з боку оточуючих, додатково підтверджуючи їхнє позитивне самоподання. Це сприяє розвитку у людини почуття соціальної впевненості та сприяє її адаптації.

З іншого боку, негативні уявлення себе можуть впливати на поведінку людини і викликати відповідні негативні реакції з боку інших, що ще більше підкріплює негативне сприйняття себе [16].

А.В. Іващенко стверджує, що самоорганізація включає в себе здатність контролювати свої дії, працювати незалежно та оцінювати їхні результати, передбачати можливі наслідки дій заздалегідь, встановлювати особисті цілі і визначати способи їх досягнення, коротше кажучи, розуміти значення і результати своїх дій, а також їхню важливість для себе і суспільства, узгоджувати свої потреби з можливостями і соціальними нормами [12].

Дослідження показують, що до 10–11 років формуються типові для дорослих форми поведінки у потенційно проблемних ситуаціях. У цей період також розвивається здатність до саморегуляції, тобто вміння контролювати свої емоції та оцінювати ситуації відповідно до власних цінностей. Таким чином, можна стверджувати, що вектор «я можу – я повинен» формується до кінця дорослого віку, коли розвиваються механізми саморегуляції, а душевне життя стає більш глибоким і виражається через концепцію «Я» [18].

Багато визначень існують, щоб пояснити концепцію «Я», але основна ідея залишається сталою.

Наприклад, М.Блатний та А. Плагова, визначають це як універсальне «сукупність ідей та оціночних суджень, які людина має про себе». З іншого боку, вони визначають Я–концепцію, як відображення самого себе: це спосіб, яким особа сприймає себе, особливо на когнітивному рівні, з особистою оцінкою та описом. Вона включає когнітивні картини та їх складові, такі як впевненість у собі. У найширшому розумінні, Я–концепція представляє собою «сукупність ідей та оціночних суджень, які особа створює про себе та зберігає у своїй пам'яті», а також основою індивідуального Я, що включає у себе думки про самого себе та своє місце у світі. Це сукупність емоцій, через які ми переживаємо задоволення чи незадоволення собою, рівень впевненості у собі, самооцінку та вплив на інших. Я–концепція також включає усвідомлення особистих характеристик, яке часом може бути спотвореним чи стилізованим з метою створення певного уявлення про себе перед іншими. Рівень цієї самосвідомості також є складовою Я–концепції, яка включає самоконтроль, самопрезентацію та контроль за своїм місцем в оточуючому світі» [25].

Отже, Я–концепція відображає необхідні взаємозв'язки і взаємовпливи між різними психічними явищами і системами, які допомагають особистості знаходити внутрішню гармонію та контролювати своє життя, емоції та інтерпретувати свій досвід [25].

1.2. Особливості розвитку та структури Я–концепції

За Л. Фіаловою, розвиток Я–концепції тісно пов'язаний із психікою та є невід'ємною складовою людського буття. Формування самооцінки та самовизначення є складним процесом, що визначається соціальними, психологічними та фізичними чинниками. Розуміння Я–концепції та її складових виникає під час процесу соціалізації [29].

Виникнення образу власної особистості відбувається з моменту, коли дитина починає свідомо сприймати себе. У грудному віці розвиток моторики важливий для правильного сприйняття власного тіла. Оточуючі дорослі стають посередниками для формування Я–концепції у дітей [36].

У віці двох років діти усвідомлюють свою стать та різницю від дорослих, що впливає на формування їхньої Я–концепції. Вони починають сприймати соціальні ролі, приймаючи стереотипи, пов'язані зі статтю. Основи самооцінки формуються ще у дитинстві, в основному через взаємодію з батьками, що є ключовим для розвитку впевненості у собі та самостійності.

У дошкільний вік діти вже усвідомлюють фізичні особливості та власні вподобання. Їхнє уявлення про себе спрямоване на сьогоднішній день, що є характерною рисою на цьому етапі. Особливо у цей період Я–концепція заснована на тілесних враженнях, хоча з часом вона розширюється, включаючи інші якості та здібності.

Під час статевого дозрівання та підліткового періоду змінюється сприйняття себе. Думки стають більш абстрактними, а оцінка себе та інших відбувається більш об'єктивно. Цей етап характеризується як «Я є тим, у що вірю». Початок підліткового віку часто супроводжується зниженням самооцінки. Одним із головних завдань на цьому етапі є стабільне формування особистої ідентичності, саме тому, важливо вміти приймати і розуміти свою унікальність [36].

На думку М. Блатного Я–концепція людини складається з трьох взаємопов'язаних аспектів: когнітивного, емоційного і конативного Я [26].

Когнітивне Я відноситься до уявлень про наші характеристики та особистість. Це стосується структури та змісту Я–концепції, де структура відображає спосіб організації когнітивного змісту, а зміст – сукупність знань, що ними володіють. Зміст Я–концепції формується під час соціалізації, а розуміння «Я» часто розглядається як структура пам'яті, що складається з набору схем, утворених на основі категоризації та оцінки себе або навколишнього середовища [26].

Для Д. Хога та Дж. МакКарти, конативне Я – це точка зору, що описує зусилля, необхідні для самовираження та самореалізації. Це мотиваційний компонент, що визначає психологічну регуляцію поведінки. Вони описують цей аспект, як здатність впливати на сприйняття інших про нас [31].

Нарешті, емоційне Я не лише відображає уявлення про себе, а й включає відношення до себе. Тут індивідуальні емоційні переживання стають як позитивним, так і негативним проявом ставлення до себе. Сюди входять різноманітні варіанти самозакоханості чи самовідторгнення. Вашутова та Паначек стверджують, що самооцінка відноситься до характеристик, які людина вважає важливими.

Концепція «Я» уособлює наше уявлення про власну особистість, включаючи те, хто ми є, ким ми були і ким можемо стати. Вона включає наші уявлення про різні аспекти нашої особистості, таких як фізичні характеристики, соціальні ролі, особистісні риси, інтереси і навички. Наприклад, ми можемо думати: «Я люблю музику» або «У мене не вдається робити круглі чапати». Таким чином, концепція «Я» є багатогранною та розвивається на основі наших життєвих досвідів [31].

Формування нашої концепції «Я» також залежить від соціальних впливів. Вона може бути як позитивною, так і негативною, і вона розвивається в ході взаємодії із соціальним оточенням. Наше розуміння себе

також ґрунтується на ступені відповідності між нашими реальними, ідеальними та належними уявленнями про себе [31].

Зазвичай ми сприймаємо Я–концепцію як спосіб, яким ми розуміємо себе та відчуваємо стосунки зі своєю особистістю. Терміни «Я–концепція» та «Я–образ» часто використовуються як взаємозамінні, щоб позначити загальну ідею «Я». Ця загальна самооцінка включає в себе багато різних аспектів. Один із таких аспектів – це самооцінка [27].

Самооцінка стосується того, як ми оцінюємо самих себе, як ми сприймаємо свою власну цінність. У той час як самооцінка відноситься до наших думок про наші фізичні характеристики, психологічні особливості, ідентичність за статтю та національність. Нашу самооцінку також впливає наявність культурно визнаних якостей, таких як емпатія та чесність, і те, як інші сприймають нас як значущих і гідних або як людей із цінними рисами, які цінуються в культурі. Самооцінка формується, частково завдяки здатності сприймати себе як компетентних. Відчуття власної компетентності виникає з можливості ефективно діяти та володіти ситуацією навколо себе. Коли наші здібності дають нам змогу досягати нових висот, ми відчуваємося компетентними.

Самооцінка та відчуття власної компетентності пов'язані із розумінням особистого контролю, особливо в американській культурі. У інших культурах особистий контроль може не мати такого значення для самооцінки, як детально розглянуто нижче. По мірі зростання дітей, коли вони усвідомлюють свою компетентність у різних сферах, вони починають бачити себе як активних суб'єктів і відчувають більше можливостей контролювати більше аспектів свого оточення. Це внутрішнє уявлення контролю часто називають «внутрішнім локусом контролю». За контрастом, «зовнішній локус контролю» передбачає, що рішення залежать від інших або випадкових обставин.

Самооцінка пов'язана з нашими емоціями та оцінкою того, як ми самі себе бачимо. Подібно до концепції «Я», вона розвивається в результаті

взаємодії з соціальним світом і може бути високою або низькою. Самооцінка також багатогранна і включає наше почуття власної гідності, яке засноване як на наших власних оцінках, так і на оцінках з боку групи, до якої ми належимо. Почуття приналежності та почуття панування впливають на нашу самооцінку і можуть впливати на нашу поведінку. Важливо відзначити, що надмірно висока самооцінка, що наближається до нарцисизму, може бути контрпродуктивною як на особистому, так і на соціальному рівні [27].

Дж. Тан та інші автори вважають, що подібним поняттям є самоефективність, яка визначається як наше очікування того, що ми здатні впоратися із ситуацією та досягти бажаних результатів власними зусиллями.

З віком та розвитком дітей, їх Я-концепція стає більш диференційованою у різних сферах. Перцепція власної компетентності в соціальних навичках відрізняється від сприйняття компетентності в когнітивних та фізичних аспектах. Самооцінка у взаємодії з однолітками відрізняється від уявлень про взаємодію з батьками та вчителями. Когнітивна або академічна самооцінка поступово розділяється на математичну та вербальну області. Крім того, важливість кожної з цих областей є різною для окремих осіб, родин і різних культур. Низька самооцінка в одній сфері, наприклад, в спортивних навичках, може мати невеликий вплив на особу, якщо вона не є важливою в її сім'ї або культурі. У сім'ях або культурах, де спортивні досягнення мають вагу або де академічна успішність цінується високо, низька самооцінка в цих областях може мати більш суттєві наслідки, особливо, коли діти починають відвідувати школу [39].

Спілкування та реакції дорослих на немовля можуть відображати важливі повідомлення для нього. Наприклад, коли дорослі реагують з довірою, турботою та позитивністю на сигнали немовляти, це може допомогти їй зрозуміти, що вона є цінною і впливовою в своєму оточенні. Це може сприяти розвитку власної гідності, відчуття контролю та компетентності.

Фізичне оточення також грає важливу роль. Наприклад, якщо маленьким дітям надається доступ до матеріалів, які їх викликають та дозволяють досягти успіху, це може підвищити їхнє почуття компетентності та впевненості у собі.

Дзеркала та інші відбиваючі поверхні допомагають дітям розробляти уявлення про своє фізичне «Я» та розглядати себе як незалежних суб'єктів, здатних досягти своїх цілей. Коли діти бачать своє відображення в дзеркалі та сприймають, що вони можуть впливати на цей образ, вони навчаються про наслідки своїх дій та свою здатність контролювати світ навколо себе [10].

М. Левіс виділяв сім аспектів розвитку пропріуму, які проявляються у різні періоди дитинства:

Відчуття тілесного «Я» починається рано, коли дитина усвідомлює різницю між собою та зовнішнім світом, а також тілесні відчуття, такі як голод і спрага.

Самоідентифікація розвивається з використанням мови, і ім'я стає ключем до особистої ідентичності дитини.

Самооцінка чи гордість розвивається, коли дитина починає досягати успіхів та контролювати своє оточення.

Саморозширення включає почуття власності до об'єктів, які не є частиною тілесного «Я», таким як іграшки та предмети.

Самооцінка залежить від цього, як дитина сприймається іншими і які думки про неї формуються.

Раціональне подолання труднощів розвивається, коли дитина усвідомлює, що може використовувати свій розум і мислення для вирішення проблем та дилем у повсякденному житті [34]

У. Джеймс розділяв емпіричне «Я» на три частини: матеріальне «Я», соціальне «Я» та духовне «Я» [30].

Матеріальне «Я» відноситься до всіх конкретних об'єктів, місць та людей, яких людина вважає своїми чи своєю власністю. Це включає як тілесне «Я», так і позатілесне «Я», яке можна назвати розширеним «Я».

Наприклад, коли людина говорить про своє тілесне «Я», вона має на увазі своє тіло, частини його фізичної істоти, що становлять її особистість. Однак «Я» також поширюється на позатілесні речі, такі як домашні тварини, будинок, улюблений напрямок подорожей, стілець, діти і таке інше. Матеріальне «Я» пов'язані з тим, як людина сприймає власне володіння цими матеріальними об'єктами, оскільки вони розглядаються як «мое».

Наприклад, якщо хтось хвалить ваш будинок, ви відчуваєте себе добре, оскільки це також впливає на ваше матеріальне «Я». Наші відносини до місць та речей, які ми знаємо, також можуть посилити наші уявлення про власне «Я» у метафоричному сенсі, як говорив Джеймс [30].

Соціальне «Я» – це те, як нас бачать та знають інші люди. Уільям Джеймс зауважив, що у кожного з нас існує безліч соціальних образів, стільки, скільки людей, які знайомі з нами і мають уявлення про нас у своїй свідомості. Інші люди відіграють важливу роль у формуванні нашої особистості. Часто ми оцінюємо себе, як думають про нас інші. Наше саморозуміння, те, як ми бачимо себе, залежить від того, як нам здається, що нас сприймають оточуючі. Наприклад, якщо наші вчителі та сім'я вважають нас розумними, ми також можемо думати про себе як про розумних людей. Ми бачимо віддзеркалення себе у словах і висловлюваннях, які використовують значущі нам люди [30].

У різних відносинах та ситуаціях ми можемо виявляти різні сторони себе. Іноді ці різні «Я» можуть викликати плутанину. Наприклад, учні можуть відчувати нервозність, побачивши своїх вчителів поза навчальним класом, наприклад, у торговому центрі або в кінотеатрі. Їм може бути незвичайно бачити, як їхні вчителі поведуться неформально або одягнені небало.

Наші уявлення про самих себе, або Я–концепцію, складаються в результаті взаємодії з навколишнім середовищем. Ці уявлення відбивають наше розуміння себе, яке формується як через наше власне сприйняття, і через погляди оточуючих нас [31].

Існує безліч пояснень до цього. Теорія самосприйняття, запропонована Бемом 1967 року, передбачає, що ми формуємо уявлення себе, спостерігаючи за власним поведінкою. Наприклад, якщо ми старанно докладаємо зусиль, щоб завжди приходити вчасно на зустрічі та заняття, ми робимо висновок: «Я пунктуальна людина». Так само, як ми робимо висновки про цінності, мотиви та риси інших людей на основі їх поведінки, ми робимо це, спостерігаючи за своєю власною поведінкою [24].

Теорія соціального порівняння стверджує, що ми визначаємо, хто ми є, порівнюючи себе з іншими людьми. Наприклад, ми дізнаємося, що добре граємо в шахи, коли порівнюємо свої навички з навичками багатьох інших шахістів і виявляємо, що граємо краще. Таким чином, наше розуміння про себе формується через спонтанні порівняння нас з іншими людьми за зовнішністю, рисами, здібностями і поглядами [31].

Як ми інтерпретуємо ці соціальні порівняння, впливає на нашу самооцінку. Наприклад, порівнюючи себе з людьми, які перехворіли на COVID-19, ми можемо зробити два різні висновки: «Слава Богу, що я не заразився» або «Я теж можу заразитися в будь-який момент, тому що всі заражаються». Порівняння з успішнішими людьми може погіршити наше самопочуття, але також мотивувати на поліпшення. Порівняння з менш успішними людьми може допомогти нам відчувати себе краще.

Роль інших людей та соціокультурних норм у формуванні нашої самооцінки також є критично важливою. Сприйняття та думки інших про нас відіграють значну роль у тому, як ми сприймаємо себе. Наприклад, якщо оточуючі вважають, що ми маємо гарне почуття гумору, ця якість, швидше за все, стає частиною нашої самоконцепції. Також соціокультурні норми, такі як культ плоского живота, можуть призвести до того, що жінка з нормальною вагою вважатиме себе «повною» [31].

У взаємозв'язку між Я-концепцією та мотивацією особистості важливим поняттям є самомотиви. Одним з них є тенденція підтримувати стабільний погляд на себе, що веде до вибіркового пошуку інформації, що

підтверджує вашу Я-концепцію – ця тенденція називається самоствердженням [35].

Ще одним самомотивом є мотив самовдосконалення, що ґрунтується на бажанні отримати позитивний зворотний зв'язок і підтримувати власні соціальні, продуктивні та моральні компетенції.

Люди здатні краще пам'ятати свої успіхи, аніж невдачі, схильні приписувати успіх собі, а не невдачі, та відображувати хороше в собі, а не в інших. Але існує стратегія, коли людина встановлює собі перешкоди, щоб пояснити можливу невдачу у досягненні мети у такий спосіб, що буде для неї прийнятним – це термін "мотиви самоушкодження". Варто згадати про "когнітивно-афективний перехресний вогонь", коли потреба в самоствердженні у людей з глобально негативною самооцінкою протистоїть потребі самовдосконалення. У таких ситуаціях люди шукають позитивний відгук в тих аспектах, які вони вважають своїми сильними, але утримуються від цього у інших сферах, де вони відчують себе слабкими [35].

Сюди ж можна віднести поняття запропоноване М. Левісом, відповідне прагнення – це прагнення до довгострокових цілей та цілеспрямованого життя. Це виявляється особливо сильно у підлітковому віці, коли майбутнє починає відігравати важливу роль. У цей час підлітки починають планувати свої життєві цілі та шукають сенс у визначенні та досягненні цих цілей [34].

1.3. Емпіричний огляд на особливостей Я–концепції у сучасної людини.

На думку О.В. Бацилєва, важливою складовою щасливого та задовільного життя людини є розуміння та прийняття самого себе. Це в значній мірі залежить від чіткості уявлення про Я–концепцію особистості. Ясні уявлення про себе охоплюють розуміння власних переконань та рис характеру, загалом власної унікальності. Це позитивно впливає на емоційний стан людини та сприяє гармонізації її внутрішнього світу [1].

Відомо, що процес формування Я–концепції розпочинається в ранньому дитинстві, з сім'ї. М.В. Кучер в своєму дослідженні показала, що підлітки з нерозлучених сімей проявляють більшу схильність до високої самоповаги та меншу до середньої, порівняно з підлітками з розлучених сімей. Твердження про власні прагнення виявляються у підлітків з нерозлучених сімей значно частіше, ніж у тих, чиї батьки розлучені [15].

Дослідження І.С. Бубнової встановило, що умови, в яких підрастає дитина в родині, впливають на її фізичний, психофізіологічний та психічний розвиток, сприяють розширенню можливостей та формуванню нових якостей. Формування повного та значущого процесу «вростання» в соціальне оточення є ключовим, де різні аспекти досягнень на різних етапах життя визначають соціальні риси особистості. Сімейне виховання має на меті накопичення знань, формування моделей поведінки та способів спілкування. Рівень соціальної зрілості підлітка залежить не лише від його природних рис розвитку (що можна кількісно описати), але й від ставлення до суспільства (це скоріше умовно–якісна характеристика), яке найкраще відображає рівень соціальної зрілості. Соціальне дозрівання підлітка проявляється через процеси соціалізації та індивідуалізації, що у кожній родині відбуваються по–своєму. Ці процеси то спрямовані на пристосування до вимог суспільства, то на розвиток індивідуальності, формуючи певні стилі взаємодії соціалізації та індивідуалізації [3].

Дослідження І. Грисько показали, що більшість сучасних студентів мають середню ясність щодо своєї Я–концепції, що означає, що їхні уявлення про себе можуть змінюватися залежно від ситуаційних обставин. Однак ці уявлення є більш стійкими, ніж у тих, у кого Я–концепція має низьку ясність, і ця група є меншою за кількістю. Автор також зазначив, що значна частина студентів має високий рівень ясності Я–концепції. Це свідчить про сформованість їхньої особистості і їхню здатність розуміти себе та власні установки щодо себе та навколишнього світу [7].

Вона зазначає, що формування життєвих стратегій сучасних студентів включає процеси аналізу, створення та здійснення власних життєвих стратегій через механізми ідентифікації, типізації та індивідуалізації. Також наголошується, що ціннісні орієнтації студентів є основою для формування життєвих стратегій, оскільки вони є ідеалами, що символічно впливають на свідомість людини і виходять за межі освіти. Ці ідеали реалізуються у практичному житті як орієнтирів і пріоритетів. У роботі також виділяються моделі життєвих стратегій, що ґрунтуються на прагматичних, статусно–престижних, соціокультурних та професійних аспектах [7].

На процес становлення та розвитку Я–концепції впливають не тільки близьке оточення, але й інфополе, в якому знаходиться підліток, так А.О. Шарапов та А.І. Солокова проаналізували ставлення підлітків до емоційно–значущих фігур «героїв», так званих ідолів, прикладів для рівняння, тощо. Дослідження показало, що випадковий підліток віддає перевагу реальним особам, нехтуючи вигаданими персонажами. У структурі образу героя немає елемента «трансцендентального Я» . Герой завжди представлений як активна фігура, що не заглиблюється у філософські питання та побутові проблеми. Образ героя більш узагальнений і менш деталізований у молодіжній свідомості, ніж індивідуальне «Я». У порівнянні з типовою сучасною людиною образ «героя» має свої особливості: він публічний, не пов'язаний з роботою і часто орієнтований на минуле, а не майбутнє. У контексті сучасності образ героя менш актуальний, ніж у

«звичайної сучасної людини». Герой описується переважно через особисті властивості, ніж через соціальні, і «готовність жертвувати заради інших» є найпоширенішою характеристикою його психологічного портрета [22].

Дослідження Г.Л. Драндова в темі впливу літератури на Я–концепцію юнаків показали, загалом, цікаві результати, а саме [9]:

Збагачене спілкування з літературними персонажами, яке заповнюється новими емоційними переживаннями, спричиненими сприйняттям літературних творів та особистим смислом їх інтенції, створює сприятливі умови для самопізнання в реальному середовищі, в системі «Я – інші», що базується на емоційному співставленні себе з літературними персонажами.

Доступність «реквізиції», або безпосереднього ставлення, дозволяє за допомогою комунікативної рефлексії сприймати, усвідомлювати та приймати внутрішній світ навколишніх людей. Це дозволяє відкривати та приймати своє «Я», оскільки через художні образи внутрішній світ особистості виходить на поверхню – нескінченний і суперечливий.

Потенційна можливість самоаналізу особистого осмислення себе внутрішнім світом – в системі «Я–Я», в процесі творчої діяльності, через створення художніх творів відображаються особисті актуальні події, що створює умови для розкриття, аналізу та оцінки індивідуальності особистого «Я» та формування емоційно–ціннісного ставлення до них та до образу «Я» в цілому.

Можливість сприйняття, усвідомлення та емоційного переживання розв'язання протиріччя у значенні «Я», тобто дії літературного персонажа, як суперечливого значення свого «Я», активізує самосвідомість і призводить до зумовлених модифікацій у когнітивній, емоційній та поведінковій складових Я–концепції [9].

На думку М. Вагнерової, сучасним феноменом, що значно впливає на формування Я–концепції особистості, є віртуальний світ, доступний через Інтернет, який особливо приваблює підлітків. Тут молоді люди отримують доступ до різноманітної інформації, експериментують зі своїм виглядом у

соціальних мережах та можуть приймати віртуальні ідентичності, приховуючи свою справжню особистість. Людина, як соціальне створіння, народжується, росте, живе та впливає на суспільство або, навпаки, саме суспільство впливає на неї. Отже, її життя нерозривно пов'язане з оточуючим середовищем. Зовнішні впливи отримані з соціального оточення вважаються основою процесів соціалізації, що означає інтеграцію особистості в конкретне суспільство [38].

М. С. Іванов, Ю. М. Кузнецова та Н. В. Чудова визначають додатковий аспект самовизначення – концепцію "Я–віртуальне". Цей елемент вважається ключовим фактором психічного здоров'я та важливою характеристикою здорового функціонування особистості взагалі. Він також відіграє значну роль у структуруванні соціального досвіду особистості та здатності до ефективної взаємодії з оточуючими. Дослідження показало, що концепція "Я–віртуальне" представлена як окремий елемент у загальному уявленні про себе, і її сутність істотно розрізняється від інших аспектів [20].

Дослідження С.В. Красової показало, що тільки 25% користувачів Інтернету відзначають чітку різницю у своєму сприйнятті себе. Це означає, що вони чітко розрізняють своє уявлення про себе. Таку ж кількість користувачів Інтернету виявляють схильність до змішаного сприйняття "Я–віртуальне" та "Я–реальне", де уявлення про себе у віртуальному просторі поступово переплітається з реальним. Для 20% користувачів Інтернету характерне розмите розрізнення між "Я–віртуальне" та "Я–ідеальне". Аморфне розрізнення, яке проявляється у злитті уявлень про себе у всіх аспектах, спостерігається в 30% від загальної кількості учасників дослідження. [14].

У роботах Н.В. Чудової показано, що в «онлайн» спільноті переважають люди, які мають нереалістичні та неузгоджені вимоги до себе. Вони критично ставляться до свого фізичного тіла, відчують деяку віддаль між собою та іншими і намагаються компенсувати відсутність близькості та

взаєморозуміння завищеними уявленнями про власну незалежність, а також відмовою від дотримання загальноприйнятих норм [20].

Дослідження М. Грінченко показало, що у віртуальному спілкуванні підлітки представляють себе більш дорослими, і це виявляється в конкретному наборі особистісних якостей, ніж в реальному спілкуванні. У віртуальному світі вони можуть не боятися осуду з боку інших, і саме тому вони проявляють себе як впевнені та настійливі особистості. Тим не менш, дослідження показало, що більшість респондентів мають значимий позитивний зв'язок між своєю «реальною особистістю» та «ідеальною особистістю», то можна зробити висновок, що «реальна особистість» в більшій мірі збігається з «ідеальною особистістю» [6].

Дослідження М. Полякової висвітлює роль гендерної ідентичності у формуванні особистості та сприйнятті себе та інших осіб у суспільстві. Відповідно до нього, вже на ранньому етапі життя діти використовують закономірності навколишнього світу для формування своєї гендерної ідентичності. Спочатку вони застосовують гендерні категорії до самих себе, визначаючи свою ідентичність відповідно до цих категорій [18].

Діти також використовують ці гендерні категорії, щоб класифікувати інших людей, розділяючи їхні характеристики та поведінку на чоловічі та жіночі ролі. Поступово вони визначають, що вважається відповідним або невідповідним для кожної гендерної групи. Цей процес формування гендерної ідентичності відбувається через ідентифікацію та культурні впливи, що суттєво визначають вибір між чоловічою та жіночою гендерною ідентичністю.

Зазначено, що на початкових етапах розвитку дітей їхня гендерна ідентичність розбудовується згідно з базовими уявленнями про гендерні ролі у сім'ї, проте поступово вони включають до цього процесу однолітків та широкє суспільство. У важливому періоді партнерського життя, розлучаються типові чоловічі та жіночі ролі, що може відобразитися у більшій відповідальності та різних обмеженнях для кожної гендерної групи.

Необхідно відзначити, що у жінок існує більший соціальний тиск у прийнятті та виконанні своєї гендерної ролі, порівняно з чоловіками, які можуть відчувати менше соціального тиску в цьому плані [18].

Висновки до першого розділу.

Я–концепція – це система оцінок та самоствавлення, яким людина розуміє себе, свої власні характеристики, переконання і відноситься до себе самої як до індивіда. Це поняття включає в себе усвідомлення своїх особливостей, емоційне ставлення до цих особливостей та поведінку, яку вони викликають. «Я–концепція» визначає те, як людина сприймає себе та взаємодіє з навколишнім світом.

Я–реальне, Я–ідеальне, та Я–віртуальне – це різні аспекти Я–концепції, або способи, якими людина сприймає і розуміє себе:

Я–реальне відноситься до сприйняття себе таким, яким ви справді є. Це ваші фактичні характеристики, особливості, властивості і реальні взаємодії з навколишнім світом. Я–реальне ґрунтується на об'єктивних даних і спостереженнях.

Я–ідеальне відображає те, як ви хотіли б себе бачити або якими характеристиками і якостями ви прагнете володіти. Це ідеальне уявлення про вас самих, яке може бути вплинуте вашими цінностями, бажаннями і амбіціями.

Я–віртуальне або соціальне Я відображає сприйняття вас іншими людьми та їхніми очікуваннями. Це те, як вас бачать і сприймають інші, і як ви взаємодієте зі світом на основі цього сприйняття.

Ці аспекти Я–концепції взаємодіють і формують загальне уявлення людини про себе. Вони можуть бути різними і змінюватися впродовж життя в залежності від досвіду, самосприйняття та змін в соціальному середовищі.

РОЗДІЛ 2. ВИБІРКА ТА МЕТОДИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Особливості вибірки дослідження

В дослідженні прийняли участь 72 опитувальних віком від 18 до 25 років. В результаті проведення розподільної методики, ми поділили їх на дві групи.

До складу першої групи потрапили 36 чоловік, віком від 18 до 25 років, що мають низький рівень Інтернет–залежності. За опитуванням, учасники групи №1, перебувають в Інстаграм від одного до двох годин на день, переважно ввечері. Їх профілі в Інстаграм не мають особистої інформації, фотографії не викладаються або залишаються тільки старі.

До складу другої групи потрапили 36 чоловік, віком від 18 до 25 років, що мають високий рівень Інтернет–залежності. За опитуванням, учасники групи № 2, перебувають в Інстаграм від двох годин на день, впродовж цілого дня. Вони активно використовують додаток, додають фотографії та часто дивляться Reels.

Для того, щоб перевірити різницю між Я–концепцією обох груп нами були використані методики, що описано в підрозділі 2.2.

2.2. Методики дослідження

Тест Інтернет–залежності К.Янг

Методика, яку розробила та перевірила у 1994 році Кімберлі Янг, професор психології Піттсбурзького університету, є інструментом для самодіагностики патологічної пристрасті до Інтернету, незалежно від форми цієї пристрасті. Однак сама категорія діагнозу «Інтернет–адикція» ще не була остаточно визначена. Як і в інших нехімічних залежностях, Інтернет–залежність (або Інтернет–адикція) є явищем поведінкової пристрасті та емоційною залежністю від певної форми поведінки.

З цієї точки зору, залежність характеризується трьома основними ознаками:

1. Збільшення дози (збільшення часу, витраченого в Інтернеті).
2. Зміна форми поведінки.
3. Виникнення синдрому відміни.

За думкою Кімберлі Янг, адиктивність Інтернету визначається трьома основними факторами:

1. Доступність інформації, інтерактивних зон та порнографічного контенту.
2. Особистий контроль і анонімність передачі інформації.
3. Внутрішні почуття, які, на підсвідомому рівні, призводять до більшого довіри до онлайн-спілкування.

Проте досі немає узгодженої думки про те, що включає в себе Інтернет-залежність, і відсутні стандартні діагностичні критерії. Тому Кімберлі Янг в основному використовувала наявні концепції та методики діагностики алкоголізму та патологічної схильності до азартних ігор для розробки своєї методики.

Спочатку існувало лише вісім питань, на які можна було відповісти «так» чи «ні». Якщо було п'ять або більше позитивних відповідей, то робився висновок, що існує інтернет-залежність. Проте тепер структура змінилася, і тепер є сорок питань, на кожне з яких можна відповісти, використовуючи 5-бальну шкалу оцінок. Бали підсумовуються, і на основі цієї суми обчислюється підсумкове значення. Результати інтерпретуються приблизно так:

- Від 40 до 99 балів: звичайний користувач Інтернету, без видимих проблем.
- Від 100 до 159 балів: є певні проблеми, пов'язані з надмірним використанням Інтернету.
- Від 160 до 200 балів: інтернет-залежність виражена досить сильно.

Тест–опитувальник «Шкала самоставлення» В.В. Століна, С.Р.Пантелєєва.

Тест опитувальник самовідношення (ОСВ), розроблений В.В. Століним, заснований на ієрархічній моделі структури самовідношення. Він допомагає досліджувати три рівні самовідношення, які різняться за рівнем узагальненості:

1. Глобальне самовідношення – це внутрішньо недиференційоване почуття «за» та «проти» самого себе.

2. Самовідношення, диференційоване за самоповагою, аутосимпатією, самоцікавістю та очікуванням ставлення до себе – включає різні аспекти, такі як віра у свої здібності, самостійність, розуміння себе, самовпевненість і оцінку власних можливостей.

3. Рівень конкретних дій (готовність до них) по відношенню до свого «Я» – це більш конкретні аспекти самовідношення, включаючи інтерес до своїх думок і почуттів, ставлення до самого себе та очікування відношення інших людей до себе.

Тест складається з кількох шкал:

Глобальне самовідношення, яке оцінює загальне почуття «Я» у позитивному та негативному аспектах.

Самоповагу, що оцінює впевненість у своїх силах та здібностях, а також контроль над собою.

Аутосимпатія, що вимірює дружелюбність або ворожість до власного «Я», а також рівень самооцінки.

Самоцікавість, що відображає близькість до самого себе та інтерес до власних думок та почуттів.

Очікуване відношення від інших, яке оцінює очікування позитивного чи негативного ставлення до себе.

Ці шкали дозволяють краще зрозуміти та вивчити різні аспекти самовідношення у людини.

Методика «Хто Я?» М. Куна. Т. Макпартленда

Цей тест є методом, який використовує нестандартизовані самоописання, а потім проводить аналіз їх змісту. У рамках цієї методики піддослідному пропонується відповісти на запитання «Хто я такий?» 20 різними спонтанними відповідями протягом 12 хвилин. Відповіді записуються у будь-якій послідовності, незалежно від логіки та грамотності.

Модифікація цього тесту пропонує дати лише 10 відповідей на те саме питання та провести аналіз змісту та частоти їх прояву в групі піддослідних. Важливі аспекти інтерпретації цієї методики включають:

1. Визначення кількості категорій самоопису кожного випробуваного як критерію різноманітності його життєдіяльності.
2. Аналіз змісту категорій самоописання та оцінка їх поширеності серед групи підлітків.
3. Дослідження відмінностей між чоловіками та жінками щодо категорій самоописання.
4. Оцінка емоційного фону, що у самоописанні.
5. Визначення, які з відповідей відносяться до минулого, сьогодення, майбутнього або виходять за межі часу.
6. Оцінка складності самоописання.

Цей метод має перевагу в тому, що дозволяє вивчати самовідношення, виражене мовою самого суб'єкта, та аналізувати його власне уявлення про себе, не нав'язуючи суб'єкту будь-яку мову дослідження.

Опитувальник образу свого тіла О.А. Скугаревський, С.В.Сивуха

Опитувальник образу свого тіла (ОСТ) С.В. Сивухи та О.А. Скугаревського, створений в 2006 році, є інструментом для дослідження сприйняття особистістю власного тіла. Цей опитувальник створений для вимірювання дискомфорту, який виникає у людей внаслідок незадоволеності своїм зовнішнім виглядом, а також їхніх почуттів щодо тіла та тілесного досвіду.

ОСТ Сивухи та Скугаревського містить 16 питань, які націлені на оцінку різних аспектів самопочуття людини щодо її тіла. Опитувальник

оцінює такі аспекти, як задоволеність або незадоволеність зовнішнім виглядом, ставлення до конкретних його частин, почуття зручності або дискомфорту у власному тілі. Респондентам пропонуються різні питання, включаючи твердження про власне тіло та їхні почуття стосовно нього. Отримані відповіді дозволяють зрозуміти, наскільки індивід задоволений своїм зовнішнім виглядом та як це впливає на його емоційний стан та самопочуття.

Опитувальник ОСТ Сивухи та Скугаревського використовується в психологічних дослідженнях для оцінки самовідчуття та почуттів задоволення або незадоволеності власним тілом.

Математико–статистичні методи.

Факторний аналіз – це статистичний метод дослідження, який дозволяє з'ясувати взаємозв'язки між змінними, виявляти приховані властивості даних та спростити складні дані та визначити основні фактори, що впливають на результати дослідження.

У–критерій Манна–Уїті – це непараметричний статистичний тест, який використовується для порівняння середніх значень двох незалежних груп. Цей тест оцінює, чи є статистично значущі відмінності між медіанами двох груп з використанням рангів даних замість їх конкретних значень. Він чутливий до змін у центральній та варіаційній поведінці даних і використовується, коли умови для проведення параметричних тестів не виконуються.

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ Я–КОНЦЕПЦІЇ У КОРИСТУВАЧІВ ІНСТАГРАМ З РІЗНИМ РІВНЕМ ІНТЕРНЕТ– ЗАЛЕЖНОСТІ

3.1. Особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з низьким рівнем інтернет–залежності

Особливості впливу на життя використання Інтернету у користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності можна прослідити на рисунку 3.1.



Рис.3.1. Особливості прояву залежності користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності, %

Згідно рисунку 3.1., можна сказати, що Інтернет–активність користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності ніяк не позначається на когнітивних та поведінкових особливостях групи.

Вони не мають тенденції до збільшення часу проведення в Інтернеті, не стають роздратованими та агресивними без Інтернет–скролінгу та онлайн–спілкування, а також не планують свою діяльність таким чином, щоб скоріше зайти в мережу.

Особливості структури самоствавлення користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності представлено на рисунку 3.2.

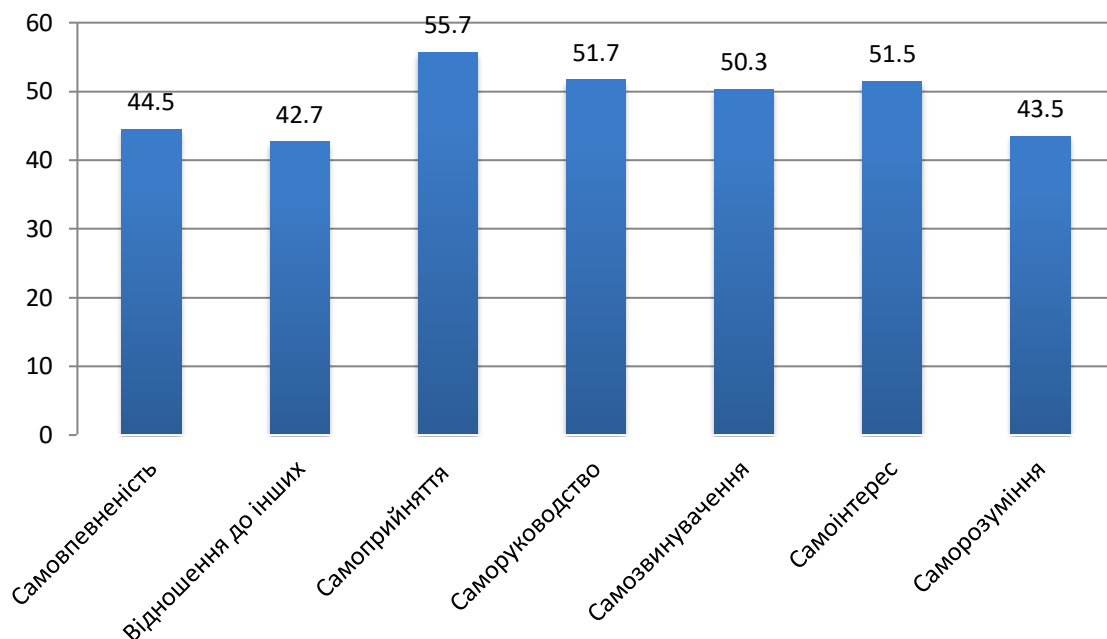


Рис.3.2. Особливості структури самоствавлення користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності, сер.знач.

Згідно рисунку 3.2. найбільш вираженими елементами структури самоствавлення користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності є: Самоприйняття, Саморуководство, Самозвинувачення, Самоінтерес.

Виражений рівень самоприйняття свідчить про те, що вони більш усвідомлені зі своєю особистістю та власною унікальністю. Такий стан може вказувати на позитивне сприйняття самих себе, з відчуттям внутрішньої гармонії, незалежності від чужої думки, а також на здатність працювати над розвитком власної особистості та реалізацією внутрішніх потенціалів.

Виражений рівень саморуководства вказує на те, що опитувальні цієї групи здатні самостійно встановлювати цілі, розробляти плани дій та вирішувати завдання без значного впливу ззовні. Саме вони зазвичай проявляють ініціативу, волевиявленість та незалежність у своїх рішеннях, може бути самодостатньою та впевненою у власних здібностях.

Виразний рівень самозвинувачення вказує на те, що опитувальні групи схильні покладати вину за негаразди чи невдачі на себе. Це може свідчити про переважання внутрішнього критицизму та схильність відносити вину за проблеми до власних недоліків чи помилок, навіть якщо вони не зовсім об'єктивні. Такий стан може виникати з бажання покращити себе та уникнути подібних помилок у майбутньому.

Виражений рівень самоінтересу свідчить про те, що опитувальні більш схильні концентруватися на своїх власних потребах, бажаннях та цілях. Це може вказувати на те, що вони враховують власні інтереси та прагнуть задовольняти власні потреби перед урахуванням інтересів чи потреб інших людей. Такий рівень самоцентрованості може свідчити про виражене бажання забезпечити власне щастя, комфорт і задоволення в першу чергу.

Особливості оцінки образу свого тіла користувачами Інстаграм з низьким рівнем Інтернет-залежності представлено на рисунку 3.3.

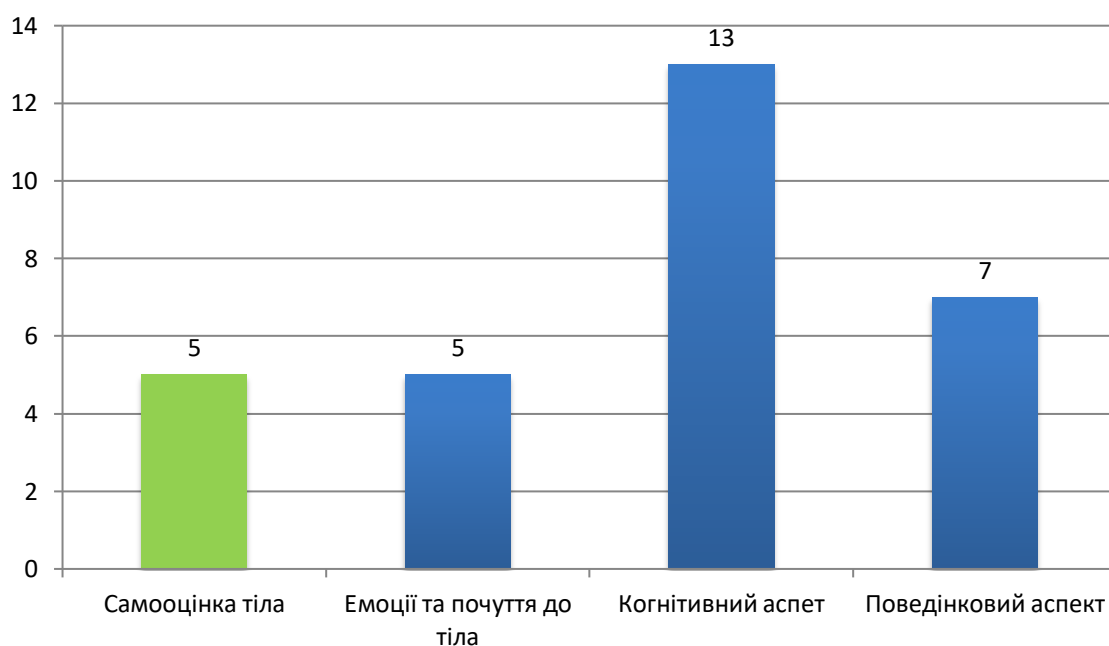


Рис.3.3. Особливості оцінки образу свого тіла користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет-залежності, сер.знач

Згідно рисунку 3.3., вираженим аспектом образу свого тіла в групі людей з низьким рівнем Інтернет-залежності є когнітивний аспект.

Когнітивний аспект образу свого тіла проявляється в способі, яким люди сприймають і осмислюють власне тіло. Це може включати уявлення про власну зовнішність, оцінку своєї привабливості, формування уявлень про розмір, форму частин тіла, їх відповідність стандартам краси або ідеалам, оцінку власного здоров'я та фізичної форми. Когнітивний аспект образу тіла також включає уявлення про те, як особа сприймає та оцінює свою зовнішність в порівнянні з іншими.

Високо виражений когнітивний аспект свого тіла у опитувальних свідчить про те, що вони досить уважно та активно сприймають, аналізують і оцінюють своє тіло. Ці люди можуть бути більш усвідомленими щодо свого вигляду, форми, розміру частин тіла, а також усвідомлювати те, як їхнє тіло відповідає стандартам краси чи іншим суспільним нормам. Вони можуть мати розвинуту уяву про своє зовнішнє представлення, а також більше схильні до порівняння себе з іншими за ознаками зовнішності.

Особливості структури Я–концепції у користувачами Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності представлено на рисунку 3.4.

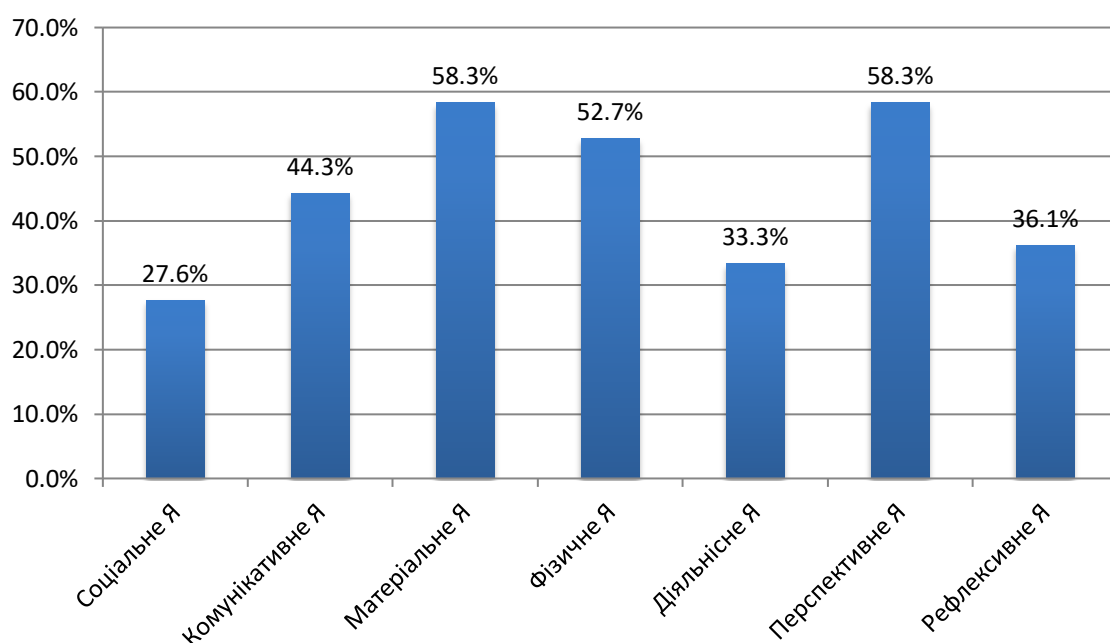


Рис.3.4. Особливості структури Я–Концепції у користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності, %

Згідно рисунку 3.4. у більш ніж половини опитувальних виражене Матеріальне Я (58,3%), Фізичне Я (52,7%) та Перспективне Я (58,3%).

Виразне матеріальне Я свідчить про те, що опитувальні оцінюють свої матеріальні показники, які можуть включати матеріальні блага, статус, фінансову незалежність або інші аспекти матеріального багатства та досягнень. Це свідчить про те, що для них важливе значення має матеріальна сторона життя, і вони можуть активно ставити собі за мету досягнення матеріальних цілей або визначення себе через свої матеріальні досягнення. Це може проявилось в таких фразах, як «Я маю машину» (25%), «Я маю свій дім» (13,8%), «Я маю фінансову подушку» (16,6%).

Виразне фізичне Я свідчить про те, що опитувальні демонструють високий рівень усвідомлення свого фізичного самовизначення. Це може означати, що вони розуміють свої фізичні особливості, форму, вигляд і можливі неспівпадіння з певними стандартами або ідеалами зовнішності. Ці особи, ймовірно, ретельно аналізують та оцінюють свій вигляд у контексті власної індивідуальності та суспільних очікувань. Фізичне Я у більшості опитувальних проявлялося в таких реченнях, як «Я висока» (27,6%), «Я чорнобрива» (16,6%), «Я з пишними формами» (25%), «Я сильний» (27,6%), «В мене зелені очі» (16,6%).

Виразний рівень «Перспективного Я» у опитувальних свідчить про те, що особи мають чітке бачення майбутнього та визначені цілі на нього. Вони виявляють глибоке усвідомлення того, чого хочуть досягти в майбутньому, розробляють плани й діють на основі цих цілей. Особи з виразним рівнем «Перспективного Я» прагнуть до саморозвитку, активно ставляться до досягнення своїх мрій і, важливо, спрямовують свої поточні дії на реалізацію задуманого майбутнього. Такий підхід допомагає їм керувати життям, планувати довгостроково й уникати відволікань від важливих цілей.

Особливості факторного аналізу представлено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Факторна структура особливостей Я–концепції у користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності

Statistics 22.0	Коефіцієнт завантаження Varimax		
Factor	Вибірка основних компонентів		
ANALISIS	Відзначені завантажуванні дані		
Показники:	Фактор «Матеріальне Я» 27%	Фактор «Соціальне Я» 22,3 %	Фактор «Саморозвиток» 25%
Самовпевненість	,715	,641	
Відношення до інших		,733	
Самоприйняття	,733		
Саморуководство	,654		
Самозвинувачення	,643		
Самоінтерес		,434	
Саморозуміння	,473		,415
Самооцінка тіла			–,466
Емоції та почуття до тіла			–,421
Поведінковий аспект		,433	
Соціальне Я		,614	
Комунікативне Я		,617	
Матеріальне Я	,845		
Фізичне Я	,533		
Перспективне Я	,745		
Рефлексивне Я	,722	,745	

Дослідження факторної структури особливостей Я–концепції у користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності виявило наступні три фактори:

Перший фактор «Матеріальне Я» є монополярним та об'єднує на одному полюсі Самовпевненість, Самоприйняття, Саморуководство, Самозвинувачення, Саморозуміння, Матеріальне Я, Фізичне Я, Перспективне Я та Рефлексивне Я, що може говорити про наступне:

Фактор «Матеріальне Я» включає в себе фізичне та психологічне самопочуття, погляди на власну особистість та світ навколо. Його об'єднуючий характер свідчить про те, що ці риси взаємодіють та впливають

один на одного, формуючи інтегроване уявлення про себе. Наприклад, підвищення впевненості у собі, прийняття, взяття відповідальності на себе за свої вчинки, вміння звертатися до минулого досвіду та проектувати майбутнє, за допомогою встановлення цілей та планів підвищують жагу до матеріальних благ, звертають увагу опитувальних на вже досягненні цілі, блага та статуси, у той же час, коли ці самі матеріалі блага та соціальні статуси здатні підвищити рівень саморозуміння, усвідомити власні сили та бажання індивідів щодо себе: духовних та фізичних потреб.

Другий фактор «Соціальне Я», є монополярним та об'єднує на одному полюсі Самовпевненість, Відношення до інших, Самоінтерес, Поведінковий аспект, Соціальне Я, Комунікативне Я, Рефлексивне Я, що може говорити про наступне:

Підвищення рівня самоінтересу, вміння ефективно спілкуватися, усвідомлення свого минулого та впевненість в собі можуть призвести до зацікавленості відношенням до інших. Коли особа розвиває ці якості, вона відчуває більшу впевненість в собі та своїх можливостях, що може призвести до більшого зацікавлення у відносинах з іншими людьми. Підвищення самоінтересу і комунікативних здібностей зазвичай веде до покращення спілкування та взаєморозуміння з оточуючими. У результаті цього може виникнути більш активне цікавлення взаєминами з іншими людьми та прагнення бути в центрі уваги чи впливати на ці взаємини. Такі особистісні характеристики, як усвідомлення себе в минулому та відчуття власної важливості, можуть сприяти бажанню розвивати взаємини з іншими людьми, а це, в свою чергу, може виявитися у більш активному зацікавленні стосунками з оточуючими.

Третій фактор «Саморозвиток» є біполярним та об'єднує на одному полюсі Саморозуміння, а на іншому Самооцінка тіла та Емоції та почуття до тіла, що можна пояснити наступним:

Підвищення рівня саморозуміння може сприяти зниженню незадоволеності власним тілом та усуненню несприятливих емоцій,

пов'язаних з ним. Коли людина краще розуміє свої потреби, цінності та індивідуальні особливості, вона може приймати своє тіло таким, як воно є, з меншою критичністю та більшою толерантністю до його недоліків. Розуміння власних емоцій, думок та потреб може допомогти людині стати більш об'єктивною стосовно свого тіла. Це може зменшити несприятливі емоції, такі як роздратованість, стрес або сором, які часто виникають у результаті негативних уявлень про власну зовнішність. Також, саморозуміння дозволяє розвивати позитивний внутрішній діалог і краще розуміти, що негативні емоції, пов'язані з тілом, не є єдиним визначаючим фактором особистої цінності чи самооцінки. Це може допомогти зменшити стресові реакції на негативні думки про своє тіло та сприяти більшому позитивному сприйняттю себе.

3.2. Особливості Я–концепції у користувачів Інстаграм з високим рівнем інтернет–залежності

Особливості впливу на життя використання Інтернету у користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності можна прослідити на рисунку 3.5.

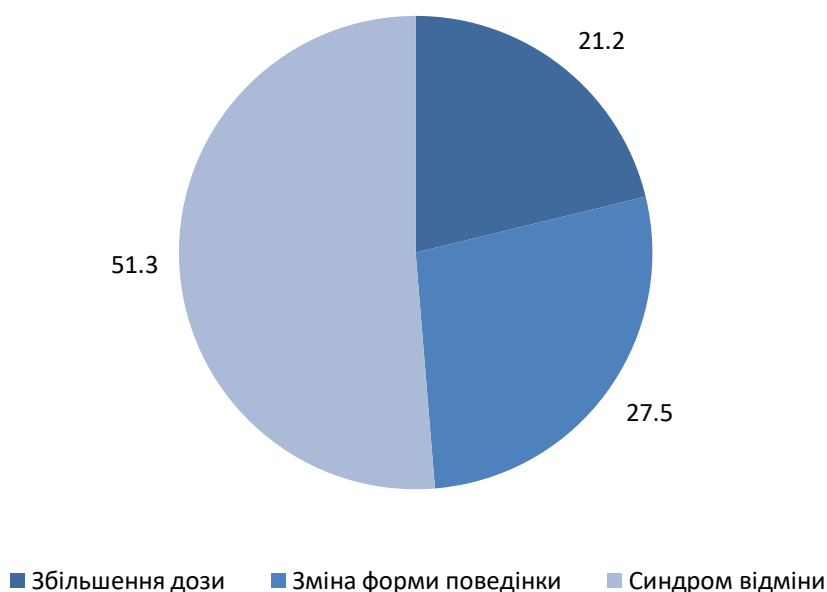


Рис.3.5. Особливості прояву інтернет залежності користувачів Інстаграм, %.

Згідно рисунку 3.5., Інтернет–залежність у людей з високим рівнем залежності більш за все проявляється в синдромі відміни. Синдром відміни у людей з інтернет–залежністю проявляється в почутті тривоги, подразнюваності та непокою, коли вони не мають доступу до Інтернету або вимушені обмежити свій час онлайн. Це може викликати сильний стрес, відчуття втрати контролю та навіть фізичні симптоми, такі як головний біль або тривога. Такі люди можуть відчувати себе втраченими або відокремленими від світу, коли не можуть користуватися Інтернетом, оскільки він став для них основним джерелом зв'язку, розваг і отримання інформації.

Особливості структури самоствавлення користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності можна прослідити на рисунку 3.6.

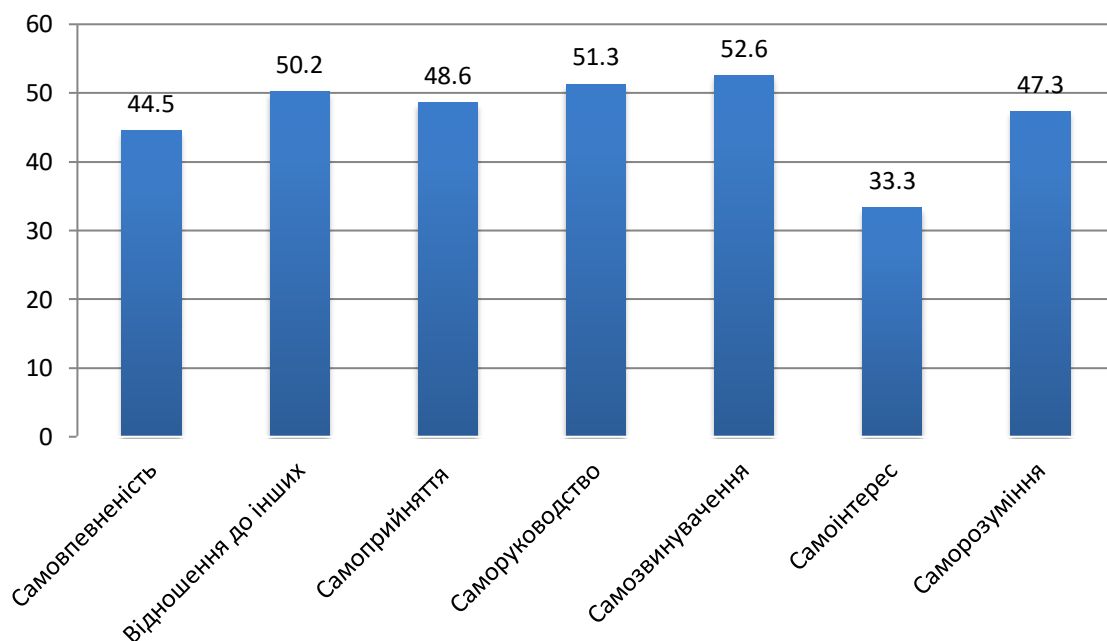


Рис.3.6. Особливості структури самоствавлення користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності, сер.знач.

Згідно рисунку 3.6., найбільш виразними елементами структури самоствавлення користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності є Відношення до інших, Саморуководство, Самозвинування.

Виражений рівень в структурі самоствавлення «Відношення до інших» у опитувальних може свідчити про їхні погляди на міжособистісні відносини та спілкування. Це включає ставлення до людей навколо, їхні погляди на колективність, співпрацю, толерантність, взаєморозуміння та відчуття емпатії. Такий виражений рівень може вказувати на глибоке зацікавлення індивіда у стосунках з іншими людьми, його вміння входити в контакт із спільнотою, розвивати здорові міжособистісні зв'язки та враховувати потреби оточуючих.

Виразний рівень Саморуководства в структурі самоствавлення у опитувальних може вказувати на високу ступінь самостійності, вміння вести себе без чітких зовнішніх вказівок, приймати рішення та діяти відповідно до власних цінностей, переконань та мети життя. Це свідчить про здатність особистості самостійно управляти своїм життям, вирішувати проблеми, встановлювати цілі та стратегії досягнення успіху незалежно від зовнішніх впливів чи умов. Такий рівень самостійності також може вказувати на внутрішню мотивацію, сильну впевненість в собі та готовність брати на себе відповідальність за власні вчинки і рішення.

Виражений рівень Самозвинувачення в структурі самоствавлення у опитувальних може вказувати на схильність особистості до внутрішнього критикування, прагнення взяти провину на себе, навіть за події, на які вони не мають впливу. Це може бути пов'язане зі зниженою самооцінкою, перфекціонізмом, або бажанням виправдати себе перед іншими. Такий рівень самозвинувачення може вести до підвищеного рівня стресу, а також створювати труднощі у прийнятті конструктивних рішень і надмірної самокритики.

Особливості оцінки образу свого тіла користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності можна прослідити на рисунку 3.7.

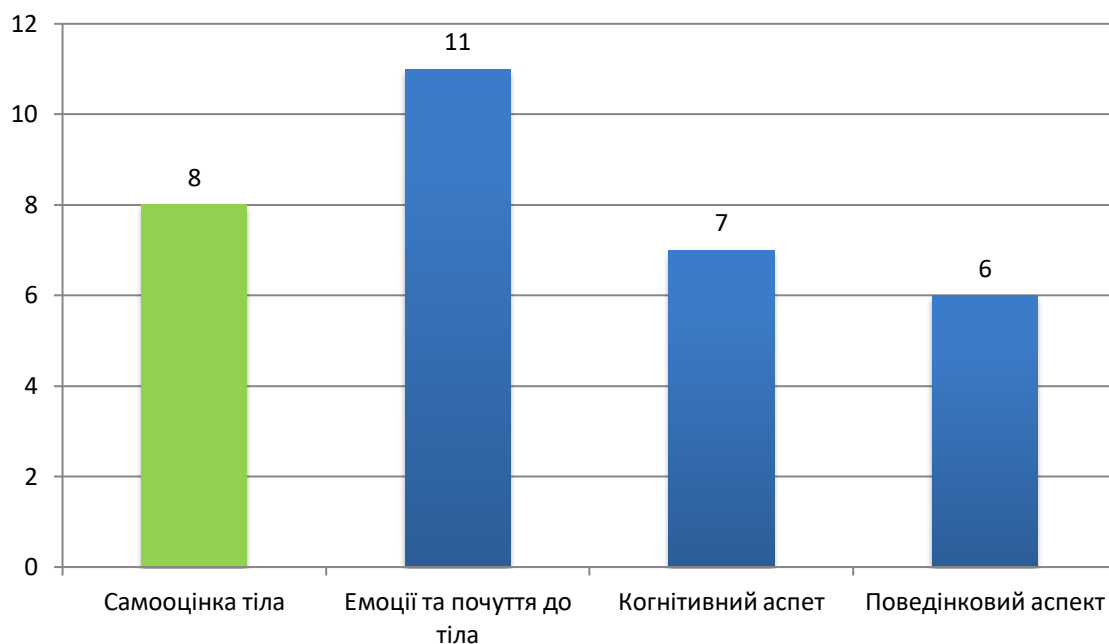


Рис.3.7. Особливості оцінки образу свого тіла користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет-залежності, сер.знач

Виражений незадовільний рівень по шкалі «емоції та почуття до свого тіла» у опитувальних може вказувати на можливі проблеми чи негативні емоції, пов'язані з фізичним самопочуттям та сприйняттям власного тіла. Це може означати відчуття невпевненості, незадоволення зовнішнім виглядом або станом здоров'я, а також може бути пов'язане зі стресом, тривогою або низьким рівнем самоприйняття. Такий рівень може відображати неспокій або невдоволення власним фізичним виглядом, здоров'ям чи емоційним станом.

Помірний незадовільний рівень загальної самооцінки свого тіла у опитувальних може вказувати на наявність деякої невпевненості або недоліків у сприйнятті власного фізичного вигляду. Це може включати незадоволення певними частинами тіла, бажання змінити їх або більш загальне відчуття несамодостатності у власному зовнішньому вигляді. Такий рівень може також відображати почуття, що потрібно поліпшення або зміни у фізичному аспекті, але ці емоції можуть бути помірними та не впливати значно на загальне самопочуття.

Особливості структури Я–концепції у користувачів Інстаграм з високим рівне Інтернет–залежності можна прослідити на рисунку 3.8.

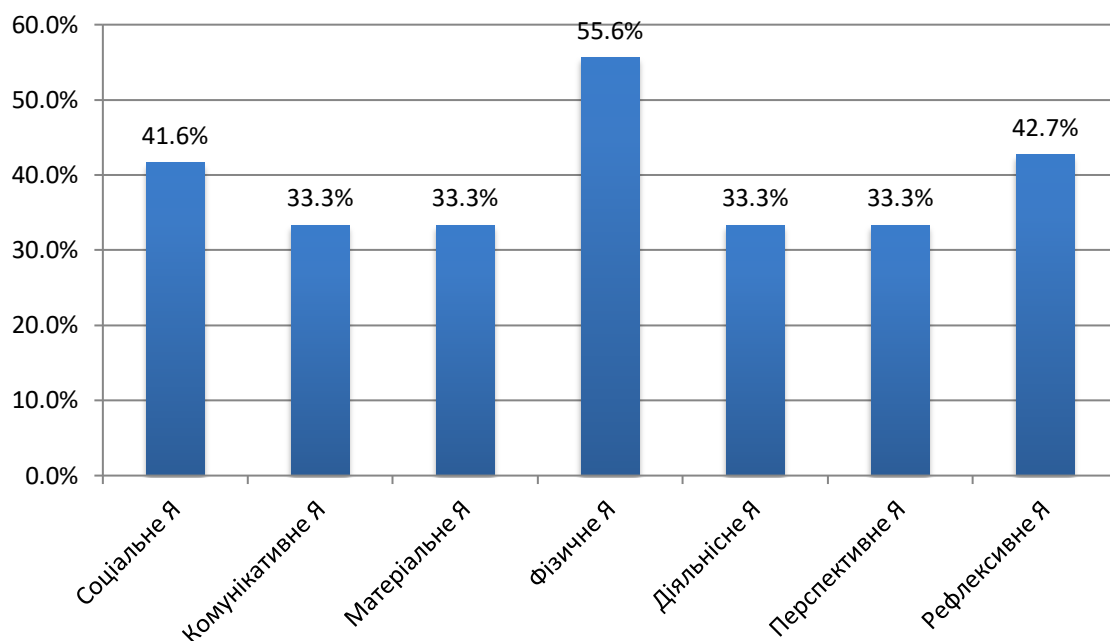


Рис.3.8. Особливості структури Я–Концепції у користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності, %

Згідно рисунку 3.8., 55,6% опитувальних в структурі Я–Концепції мають виражене Фізичне Я, на що вказує переважна кількість висловлювань «Я великий», «Я струнка», «В мене кудряве волосся», «Я руда, тощо».

Опитувані, які демонструють виражене Фізичне Я в структурі Я–Концепції, відчують себе сильно пов'язаними зі своїм фізичним існуванням. Це може вказувати на те, що ці особи визнають велике значення свого зовнішнього вигляду, здоров'я, фізичних можливостей або інших аспектів, пов'язаних з їхнім фізичним самопочуттям. Така сильна ідентифікація з фізичним аспектом може впливати на їхню самооцінку та сприйняття себе в цілому.

Особливості факторного аналізу представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Факторна структура особливостей Я–концепції у користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності

Statistics 22.0	Коефіцієнт завантаження Varimax
-----------------	---------------------------------

Factor	Вибірка основних компонентів		
ANALISIS	Відзначені завантажуванні дані		
Показники:	Фактор «Залежність» 19,9%	Фактор «Самоінтерес» 23 %	Фактор «Самовпевненість» 22,1%
Збільшення дози	,754	,542	
Зміна форми поведінки	,742	,563	
Синдром відміни	,613		
Самовпевненість			,634
Відношення до інших	,634		
Самоприйняття			,551
Саморуководство		-,643	
Самоінтерес			,558
Саморозуміння		-,443	
Самооцінка тіла	,622		
Емоції та почуття до тіла	,734		
Поведінковий аспект			
Соціальне Я	,642		
Комунікативне Я		,714	
Фізичне Я		,615	
Перспективне Я			,611
Рефлексивне Я	,773		

Закінчення таблиці 3.2.

Результати факторного аналізу виявили наступні фактори:

Перший фактор «Залежність» є монополярним, адже об'єднав на одному боці Збільшення дози, Зміну поведінки, Синдром відміни, Відношення до інших, Самооцінка тіла, Емоції та почуття до тіла, Соціальне Я, Рефлексивне Я, що може означати наступне:

Інтернет-залежність від соціальних мереж, таких як Інстаграм, може впливати на сприйняття власного тіла та емоційний стан особистості з кількох причин. Перш за все, користування соціальними мережами, особливо з частою зміною форми поведінки або пристрасті до них, може викликати синдром відміни, коли людина відчуває стрес або дискомфорт, не користуючись соціальними мережами. Це може призвести до збільшення потреби в підтримці та одобренні в Інтернеті для відновлення комфортного

стану. Подібно до цього, інтернет–залежність може сприяти підвищенню самооцінки тіла через постійне порівняння себе з ідеалізованими образами та життям інших користувачів соціальних мереж. Завдяки фільтрам, фотошопу та іншим інструментам редагування зображень, люди представляють свої тіла та життя у соціальних мережах як ідеалізовані, що може спонукати інших бажати виглядати чи жити подібно. Це може призводити до постійної потреби в схваленні та підтримці, особливо щодо власного зовнішнього вигляду. Крім того, залежність від соціальних мереж може збільшити наявність негативних емоцій щодо власного тіла через постійний стрес та тривогу, які виникають через бажання відповідати соціальним стандартам і відчуття недостатньої привабливості у порівнянні з іншими. Це взаємозв'язане явище може призвести до збільшення прагнення до соціальної підтримки, пошуку позитивної оцінки свого тіла та посилення негативних емоцій, які можуть виникати в результаті цього циклу.

Другий фактор «Самоінтерес» є біполярним, адже з одного боку Збільшення дози, Зміну поведінки, Комунікативне Я, Фізичне Я, а з іншого Саморуководство та Саморозуміння, що можна пояснити наступним:

Підвищений час, який опитувальні проводять в Інтернеті, може впливати на зниження рівня саморуководства та саморозуміння з кількох причин. Спільне проведення значної кількості часу в Інтернеті, особливо в соціальних мережах, може призвести до бажання бути частиною колективу або групи. Це може спонукати особистість до прийняття думок або поведінки, яка відповідає певним стандартам чи нормам групи, замість самовираження або самостійного управління. Пошук недоліків у власному тілі в Інтернеті, також впливає на зниження саморозуміння. Через постійне порівняння з ідеалізованими образами, які присутні в мережі, особистість може відчувати недоліки у власному тілі. Це може призвести до появи негативних емоцій, таких як низьке самовідчуття або недолік у розумінні себе. Отже, прагнення бути прийнятим у групі та постійний пошук недоліків у власному тілі можуть спільно впливати на зниження саморуководства та

саморозуміння, оскільки це може призвести до приховування або непродуктивного оцінювання власних потреб та цінностей.

Третій фактор «Самовпевненість» є монополярним, адже об'єднує на одному полюсі такі шкали, як Самовпевненість, Самоприйняття, Самоінтерес та Перспективне Я, що говорить про наступне:

Підвищення самоприйняття, самоінтересу та орієнтація на майбутнє може сприяти підвищенню рівня самовпевненості з кількох причин. Коли людина має позитивне ставлення до себе та відчуває задоволення від своїх можливостей та особистих якостей (самоприйняття), це стимулює віру у власні сили й може підвищити рівень впевненості у собі. Збільшений самоінтерес означає, що людина активно зацікавлена в своєму житті, своїх цілях та досягненнях. Це може стимулювати більш позитивне сприйняття власної особистості та зростання впевненості, оскільки цілеспрямованість та впевненість у своїх діях можуть бути позитивно спрямовані. Орієнтація на майбутнє також може підсилити самовпевненість, оскільки віра в успішний та обіцяючий майбутній результат може збільшити впевненість у своїх можливостях та сприяти більш позитивному сприйняттю власного Я в довгостроковій перспективі.

3.3. Чинники Я–концепції у користувачів Інстаграм (відповідно до рівня Інтернет–залежності)

Особливості структури самоствавлення користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності можна прослідкувати в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Особливості структури самоствавлення користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності

Показник	Сума рангів		U–критерій	Рівень значущості, р
	Група 1	Група 2		
СП	30,3	30,9	462	0,857

ВІ	35,4	45,9	613	0,241
С	24,3	32,6	304*	0,021
СР	28,05	32,7	523	0,254
СЗ	32,1	29,3	410	0,576
СІ	35,1	22,9	214*	0,011
СМ	27,4	37,1	552	0,105

Закінчення таблиці 3.3.

Примітка1: СП – самовпевненість; ВІ – відношення до інших; С – самоприйняття; СР – саморуководство; СЗ – самозвинувачення; СІ – самоінтерес; СМ – саморозуміння.

Примітка2: * $p < 0,05$

Згідно таблиці 3.3. статистично–значущої відмінності були виявлені за шкалою Самоприйняття та Самоінтересу.

Користувачі Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності частіше за користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності схильні проявляти Самоприйняття, адже вони можуть створювати уявлення про себе, що базується на відповідях та реакціях інших користувачів на їхні публікації. Це може призвести до пошуку підтримки та позитивних відгуків в онлайн–середовищі, що може збільшити інтерес до самоприйняття та позитивного сприйняття себе через соціальні мережі.

Користувачі Інстаграм з низьким рівнем Інтернет залежності частіше за користувачів Інстаграм з високим схильні до Самоінтересу, адже низький рівень залежності від Інтернету може означати більш обмежений час, проведений у соціальних мережах, зокрема на платформі Інстаграм. Це може вказувати на те, що користувачі з низьким рівнем залежності від Інтернету віддають перевагу більш активним діям або взаємодії в реальному житті, ніж витраті часу в онлайн–середовищі. Ця активна позиція може виявлятися через самецікавість про світ навколо, здібності та бажання розвивати себе у різних аспектах життя, включаючи інтерес до своїх власних потреб, бажань і цілей, а отже, до самоінтересу.

В таблиці 3.4. представлені результати самооцінки свого тіла користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності.

Таблиця 3.4.

Особливості самооцінки свого тіла користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет-залежності.

Показник	Сума рангів		U-критерій	Рівень значущості, р
	Група 1	Група 2		
С	31,9	45,9	231*	0,033*
ЕТП	47,4	55,5	613	0,241
КА	65,3	42,6	414*	0,023
ПА	33,2	42,8	523	0,254

Примітка1: С – самооцінка свого тіла; ЕТП – емоції та почуття щодо свого тіла; КА – когнітивний аспект; ПА – поведінковий аспект.

Примітка2: * $p < 0,05$

Згідно таблиці 3.4. статистично-значущі відмінності були знайдені по шкалах Самооцінка свого тіла та Когнітивний аспект.

Представники групи користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет залежності схильні до негавтивної оцінки свого тіла частіше, ніж користувачі з низьким рівнем Інтернет-залежності, це пояснюється тим, що користувачі з високим рівнем інтернет-залежності, які проводять більше часу в Інтернеті, частіше впливають на стандарти краси та зразки тіла, що пропонуються в соціальних мережах, зокрема в Інстаграмі. Це може спричиняти більший негативний вплив на їхнє власне сприйняття власного тіла, викликаючи більшу незадоволеність з власної зовнішності, порівняно з користувачами, які менше витрачають часу в Інтернеті та не піддаються такому впливу стандартів краси, пропагованих в онлайн-середовищі.

Представники групи користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет-залежності схильні до когнітивної оцінки власного тіла частіше, ніж представники користувачів з високим рівне Інтернет-залеженості, що можна пояснити наступним:

Користувачі Інстаграм з низьким рівнем інтернет-залежності, імплементують більш здорові підходи до сприйняття власного тіла. Оскільки вони витрачають менше часу в Інтернеті, вони можуть менше піддаватися стандартам краси та зразкам тіла, які можуть бути нав'язані у соціальних

мережах, включаючи Інстаграм. Ці користувачі можуть розвивати більш збалансоване та об'єктивне сприйняття власного тіла, не так сильно впливаючи на них стандарти, які часто рекламуються у цифровому середовищі.

Особливості структури Я–концепції користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності можна прослідкувати в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5.

Особливості структури Я–концепції користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності

Показник	Сума рангів		U–критерій	Рівень значущості, р
	Група 1	Група 2		
С–Я	31,1	45,9	215*	0,051
К–Я	55,4	55,2	753	0,483
М–Я	63,2	42,4	444*	0,045
Ф–Я	38,4	42,1	533	0,354
Д–Я	43,7	41,3	436	0,417
П–Я	43,3	37,1	251*	0,052
Р–Я	33,3	31,4	622	0,113

Примітка: С–Я – соціальне Я; К–Я – комунікативне Я; М–Я – матеріальне Я; Ф–Я – фізичне Я; Д–Я – діяльнісне Я; П–Я – перспективне Я; Р–Я – рефлексивне Я. \

Примітка2: * $p < 0,05$

Згідно таблиці 3.5. статистично–значущі відмінності були знайдені за шкалами Соціальне Я, Матеріальне Я та Перспективне Я.

У користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності частіше, за користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності у структурі Я–концепції переважає Соціальне Я, що можна пояснити наступним:

Користувачі Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності можуть більше фокусуватися на аспектах свого віртуального «Я» та сприйняття себе через призму соціального середовища, такого як соціальні мережі. Це може призвести до того, що їхня самоідентифікація та уявлення про себе більше

залежить від соціальних взаємодій та зовнішніх оцінок, які отримують через Інтернет. Такий вплив може сприяти переважанню або акцентуванню на аспектах «Соціального Я» у їхній концепції про себе.

У користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності, частіше за користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності у структурі Я–концепції переважає Матеріальне Я та Перспективне Я, що можна пояснити тим, що користувачі Інстаграму з низьким рівнем Інтернет–залежності акцентують увагу на реальному житті та перспективах майбутнього, а не стільки на віртуальних аспектах. Вони можуть бути більш зосереджені на особистих цілях, планах на майбутнє, розвитку та самореалізації в реальному світі. Такі пріоритети можуть бути наочними в структурі їхньої Я–концепції, де «Матеріальне Я» і «Перспективне Я» відіграють більшу роль у їхньому уявленні про себе та своє майбутнє.

Висновки до Третього розділу.

Найбільш вираженими елементами структури самоствавлення користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності є: Самоприйняття, Саморуководство, Самозвинувачення, Самоінтерес. В особливостях образу свого тіла в них переважає Когнітивний аспект. Найбільш виразними елементами структури Я–концепції є Матеріальне–Я, Фізичне–Я та Перспективне–Я.

Найбільш виразними елементами структури самоствавлення користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності є Відношення до інших, Саморуководство, Самозвинувачення. В особливості образу свого тіла переважає Емоції та почуття щодо власного тіла. В структурі Я–Концепції мають виражене Фізичне Я.

Були виявлені статистично–значущі відмінності в особливостях самоствавлення користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності за такими шкалами, як «Самоприйняття» та «Самоінтерес». Були виявлені статистично–значущі відмінності в особливостях оцінки свого тіла

користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет-залежності за шкалами «Самооцінка свого тіла» та «Когнітивного аспекту». Були виявлені статистично-значущі відмінності у структурі Я-концепції у користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет-залежності за шкалами «Соціальне Я», «Матеріальне Я», «Перспективне Я».

ВИСНОВКИ

1. Я–концепція – уявлення особистості про себе. Це внутрішня модель, яку людина має про своє «Я», включаючи її усвідомленість, відношення до себе, власні характеристики, цінності, мети, ролі та власні можливості. Я–концепція складається з усіх уявлень про себе, що формуються на основі досвіду, взаємодії з оточуючим світом, соціальних взаємодій і власних оцінок та сприйняття. Структура Я–концепції охоплює комплекс уявлень, переконань і сприйнятів про себе, що можуть бути поділені на різні аспекти: самопізнання, самооцінка, самореалізація, соціальний аспект, емоційний аспект, фізичний аспект, психологічний аспект. Ці аспекти утворюють складну та багатогранну структуру Я–концепції кожної особистості, яка визначає її уявлення про себе та власний індивідуальний світогляд.

2. Користувачі Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності мають наступні особливості Я–концепції: найбільш вираженими структурними елементами їх самоствавлення є Самоприйняття, Саморуководство, Самозвинувачення та Самоінтерес. Сприйняття свого образу тіла відбувається через когнітивний аспект, що забезпечує їм динамічну, відокремлену від емоційного сприйняття, оцінку своїх фізичних якостей. Найбільш вираженими структурними елементами Я–Концепції є Матеріальне Я, Фізичне Я та Перспективне Я. Це пояснюється тим, що користувачі Інстаграм з низьким рівнем Інтернет–залежності орієнтуються на свої фізичні, матеріальні блага, задля досягнення власних цілей.

Факторний аналіз виявив три фактори: фактор Матеріального Я, де впевненість у собі та відповідальні збільшують продуктивність та бажання бути матеріально забезпеченими; фактор Соціального Я, де підвищення самоінтересу впливає на зацікавленість у інших людях; фактор Саморозвитку, де підвищення саморозуміння знижує незадоволеність від власного життя, і як результат, мотивує людей до самовдосконалення.

3. Користувачі Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності мають наступні особливості Я–концепції: найбільш вираженими елементами структури самоствавлення є Відношення до інших, Саморуководство та Самозвинувачення. Сприйняття свого образу тіла відбувається через емоційний компонент, а самооцінка тіла є виражено–незадовільною. В структурі Я–концепції ключову роль займає Фізичне Я.

Факторний аналіз виявив такі три фактори: фактор Залежності, де активне користування соціальною мережею Інстаграм впливає на форму поведінки та сприйняття своїх власних якостей та тіла; фактор Самоінтерес, де відчуття соціальної згуртованості в соціальних мережах підвищує бажання бути частиною спільноти, а як результат викликає часту рефлексію щодо себе та образу свого Я; фактор Самовпевненість, де розвинення самоприйняття та самоінтересу підвищують самовпевненість користувачів Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності.

4. Порівняльний аналіз користувачів Інстаграм з різним рівнем Інтернет–залежності виявив, що користувачі Інстаграм з високим рівнем Інтернет–залежності частіше за користувачів Інстаграм з низьким рівнем Інтернет залежності схильні до Самоприйняття, що в більшості випадках базується на зовнішній оцінці оточуючих, у той час, як користувачі Інстаграм з низьким рівнем Інтернет залежності схильні до самоінтересу. Досліджувані другої групи, частіше за досліджуваних першої групи схильні до негативної оцінки свого тіла та високого рівня домагань до себе. У них також частіше за інших переважає Соціальне Я, в структурі Я–концепції. У користувачі Інстаграм з низьким рівне Інтернет–залежності, у той час, частіше переважає Матеріальне та Перспективне Я.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бацилева, О.В. Позитивна Я–концепція як ресурс психологічного здоров'я особистості. / О.В. Бацилева, І.М. Гресько // Психологічний журнал. – 2019. – № 11. – Вип. 5. С. 73–89.
2. Белінська, Є. П. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати / Є.П. Белінська, А.Є. Жічкіна // Освіта та інформаційна культура. Соціологічні аспекти. Праці з соціології освіти. – 2020. С. 395–428.
3. Бубнова, І.С. Специфіка сучасних умов виховання підлітків та її вплив на формування Я–концепції / І.С. Бубнова // Психологічний журнал. – 2010. – Вип 3 (44). С. 49–52.
4. Бутрова, Н. Н. Зміст образу "Я–віртуальне" користувачів Інтернету (на прикладі юнацького віку) / Н.Н. Бутрова, О.П. Цариценцева // Концепт. – 2014. – № 12. С. 103–107.
5. Головченко, О. Гармонійний характер та особистість / О. Головченко // Проблеми екстремальної та кризової психології. – 2012. – Вип. 12. С. 95–102.
6. Грінченко, М. Феномен соціалізації молоді в умовах інформаційного суспільства / М. Грінченко // Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. – 2016. – Вип. С. 70–79.
7. Грисько, І Ясність Я концепції як фактор гармонійної особистості / І. Грисько // Вісник Львівського університету. Серія психологічних наук. – 2021. – Вип. 10. С. 39–45
8. Гуменюк, О. Є. Психологія “Я”–концепції: Монографія. / О. Є. Гуменюк – Тернопіль: Економічна думка. – 2002. – 186с.
9. Драндров, Г. Л., Формування позитивної Я–концепції підлітків засобами художньої літератури / Г.Л. Дранов, Е. Г. Богослов // Фундаментальні дослідження. – 2015. – Вип. 2–8. С. 1761–1767.

10. Залевська, Я.Г. Розвиток Я–концепції майбутніх психологів методами глибинної психокорекції / Я.Г. Залевська // Гуманітарні науки. – 2020. — № 3 (51). С. 132–135.
11. Заслужена, А.А. Я–концепція як складова суб'єктивного образу професійного майбутнього студентів гуманітарного профілю / А.А. Заслужена // Scientific Collection "Interconf". – 2021 — № 64. С. 134–137.
12. Іващенко, А.В. Проблеми Я–концепції особистості вітчизняної психології / А.В. Іващенко, В.С. Агапов, І.В. Баришнікова // Світ психології. – 2002. – №2 (30). – С.17–29.
13. Ільєнков, Е. В. Психіка людини під «лупою часу» / Е.В. Ільєнков // Природа. – 1970. – Т. 1. – С. 88–91.
14. Краснова, С.В. Як упоратися з комп'ютерною залежністю / С.В. Краснова, Н.Р. Казарян, В.С. Тундальова // Серія: Кинути – легко! – 2008 – Вид.: Ексмо. С. 11
15. Кучер, М.В. Особливості Я–концепції підлітків з розлучених сімей / М.В. Кучер, – Київ:НАУ, 2022. – С. 37.
16. Мід, Дж. Інтерналізовані інші та самість / Дж. Мід // Американська соціологічна думка: Тексти під. ред. В. І. Добренькова, 1996. – С. 222–224.
17. Мікаелян, В. Соціальні ролі особистості / В. Мікаелян // Вісник суспільних наук. – 1988. – №3. С.12 – 22.
18. Полякова, М. В. Зарубіжні підходи до вивчення поняття «ідентичність» / М.В. Полякова, О. А. Харкова // Інноваційна наука. –2019. – Вип 7(8). С. 130–132.
19. Фурман, О. Я–концепція як предмет багатоаспектного теоретизування / О. Фурман // Психологія та суспільство. – 2018. — № 1–2. С. 38–67.
20. Чудова, І.В. Особливості образу «Я» «Жителя Інтернету» / І.В. Чудова // Психологічний журнал. – 2002. – Т. 22. — № 1. С. 113–117
21. Циба, В. Т. Теорія особистості: регулятивно–детерміністська парадигма / В.Т. Циба // Актуальні проблеми сучасної української психології:

Наукові записки Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – 2003. – Вип. 23. – С. 376–387.

22. Шарапов, О. О., Особливості Я–концепції та образу героя у сучасної молоді / О.О. Шарапов, О. І. Соколова // Психологія людини в освіті. – 2021. — Вип 3.4. С. 401–415.

23. Balcar, K. Úvod do studia psychologie osobnosti / K. Balcar, -- Chrudim: Mach, 1991. P. 236.

24. Bem, D. J. Self–perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena / D.J. Bem // Psychological review. м1967. — 74(3). P. 183.

25. Blatný, M. Psychologie osobnosti: hlavní témata, současné přístupy / M. Blatný, – Praha: Grada, 2010. P. 35–39.

26. Blatný, M. Temperament, inteligence, sebepojetí: nové pohledy na tradiční témata psychologického výzkumu / M. Blatný, A. Pláňková, – Brno: Psychologický ústav Akademie věd ČR, 2003. P. 112–115, 120–126.

27. Emler, N. Self–esteem: The costs and consequences of low self–worth / N. Emler, – York, 2001. P. 98–100.

28. Epstein, S. The self–concept: A review and the proposal of an integrated theory of personality / S. Epstein // In E. Staub, Personality: Basic issues and current research Englewood Cliffs, NJ: Prentice–Hall, 1980. P. 82–132.

29. Fialová, L. Pojetí vlastního těla: zdraví, zdatnost, vzhled / L. Fialova, F.D. – Praha: Karolinum, 2011. P. 134–139.

30. James, W. The principles of psychology / W. James. – New York: Holt, Rinehart & Winston, 1964. P. 256-269.

31. Hoge, D. Influence of individual and group identity salience in the global self–esteem of youth / D. Hoge, J. McCarthy // J. Pers. and Soc. Psychol. – 1984. – Vol. 47. – N 3. P. 122–126.

32. Hoppe, F. Erfolg und Misserfolg / F. Hoppe // Psychol. Forsch, 1930. P. 1—62.

33. Kitayama, S. Culture, self and emotion: A cultural perspective on «self–conscious» emotion / S. Kitayama, H. R. Markus, H. Matsumoto P. Tangney, K. Fishen // Self–conscious emotions: The psychology of shame, guilt, embarrassment, and pride. – New York: Guilford Press, 1995. – P. 439–464.

34. Lewis, M. Self, other and fear / M. Lewis, J. Brooks // The origins of fear, 1974. P. 142–151.

35. Mikšik, O. Psychologická charakteristika osobnosti / O. Mikšik.— Praha: Karolinum, 2007. P. 84–95.

36. Orel, M. Vybrané aspekty sebepojetí dětí a adolescentů./ M. Orel R. Obereignerů, A. Mentel. – Oomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2016. P. 122–127.

37. Schachter, S. Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state / S. Schachter, J. Singer // Psychological Review, 1964. – 69(5). P. 379–399.

38. Vágnerová, M. Vývojová psychologie: dětství a dospívání / M. Vágnerová, – Praha: Karolinum, 2012. P. 76–80.

39. Tan, J. A Rasch analysis of the academic self–concept questionnaire / J. Tan, S. M. Yates // International Education Journal, 2007. – 8(2). P. 470–484.

ДОДАТОК А

Методики дослідження

Тест на Інтернет–залежність (К. Янг)

Інструкція: Дайте відповіді на запропоновані запитання, використовуючи наступну шкалу: «дуже рідко» –1 бал, «інколи» –2 бали, «часто» –3 бали, «дуже часто» –4 бали, «завжди» –5 балів

1. Як часто ти порушуєш часові рамки, встановлені батьками для користування Інтернетом?

2. Як часто не виконуєш свої обов'язки по дому, щоб провести більше часу в Інтернеті?

3. Як часто вибираєш провести час в Інтернеті замість того, щоб провести час в колі сім'ї?

4. Як часто формуєш нові знайомства в Інтернеті?

5. Як часто батьки нарікають на кількість часу, проведеного тобою в Інтернеті?

6. Як часто твоє навчання страждає через кількість часу проведеного в Інтернеті?

7. Як часто перевіряєш електронну скриньку, перш ніж зайнятись чимось іншим?

8. Як часто вибираєш спілкування в Інтернеті замість спілкування з оточуючими?

9. Як часто не відповідаєш на запитання про те, що вона робиш в Інтернеті? 10. Як часто батьки заставляли тебе, коли заходив(ла) в Інтернет без їхнього дозволу?

11. Як часто проводиш час в своїй кімнаті, граючи в комп'ютерні ігри?

12. Як часто відповідаєш на «дивні» дзвінки від нових «Інтернет–друзів»?

13. Як часто огризаєшся, кричиш чи поводиш себе дратівливо, якщо тебе потурбували через перебування в Інтернеті?

14. Як часто виглядаєш більш втомлено, на відміну від часу, коли в домі не було Інтернету?

15. Як часто виглядаєш зануреною в думки про повернення в Інтернет, коли в ньому не перебуваєш?

16. Як часто сваришся і гніваєшся, коли батьки сварять за час проведений в Інтернеті?

17. Як часто замість своїх колишніх улюблених занять, хобі, вибираєш перебування в Інтернеті?

18. Як часто злишся і стаєш агресивним(ою), коли обмежують час перебування в Інтернеті?

19. Як часто замість прогулянок з друзями обираєш перебування в Інтернеті?

20. Як часто відчуваєш пригнічення, погіршення настрою, нервуєш, коли знаходишся поза Інтернет–мережею, а коли повертаєшся в Інтернет, це все зникає?

Тест–опитувальник для визначення самоствавлення особистості
(В.В. Столін, С.Р. Пантелеєв).

Інструкція: Вам пропонується відповісти на наступні 57 тверджень. Якщо Ви згодні з цим твердженням ставте знак «+», якщо не згодні то знак «-».

1. Думаю, що більшість моїх знайомих ставиться до мене з симпатією.
2. Мої слова не так вже й часто розходяться з ділом.
3. Думаю, що багато хто бачить у мені щось подібне з собою.
4. Коли я намагаюся себе оцінити, насамперед я бачу свої недоліки.
5. Думаю, що як особистість я цілком можу бути привабливим для інших.
6. Коли я бачу себе очима люблячого мене людини, мене неприємно вражає те, наскільки мій образ далекий від дійсності.
7. Моє «Я» завжди мені цікаво.
8. Я вважаю, що іноді не гріх пожаліти самого себе.
9. У моєму житті є або, принаймні, були люди з якими я був надзвичайно близький.
10. Власне повагу мені ще треба заслужити.
11. Бувало, і не раз, що я сам себе гостро ненавидів;
12. Я цілком довіряю своїм раптово виникли бажанням.
13. Я сам хотів багато в чому себе переробити.
14. Моє власне «Я» не представляється мені чимось гідним глибокої уваги.
15. Я щиро хочу, щоб у мене було все добре в житті.
16. Якщо я і ставлюся до кого–небудь з докором, то перш за все перед самим собою.
17. Випадковій знайомому я швидше за все здамся людиною приємним.
18. Найчастіше я схвалюю свої плани і вчинки.

19. Власні слабкості викликають у мене щось на зразок презирства.
20. Якби я роздвоївся, то мені було б досить цікаво спілкуватися зі своїм двійником.
21. Деякі свої якості я відчуваю як сторонні, чужі мені.
22. Навряд чи хто–небудь зможе відчутти свою подібність зі мною.
23. У мене досить здібностей і енергії втілити в життя задумане.
24. Часто я не без глузування жартують над собою.
25. Найрозумніше, що може зробити людина в своєму житті – це підкоритися власній долі.
26. Стороння людина, на перший погляд, знайде в мені багато відразливого.
27. На жаль, якщо я і сказав щось, це не означає, що саме так і буду поступати.
28. Своє ставлення до самого себе можна назвати дружнім;
29. Бути поблажливим до власних слабкостей цілком природно.
30. У мене не виходить бути для коханої людини цікавим тривалий час.
31. У глибині душі я б хотів, щоб зі мною сталося щось катастрофічне.
32. Навряд чи я викликаю симпатію в більшості моїх знайомих.
33. Мені буває дуже приємно побачити себе очима люблячого мене людини.
34. Коли у мене виникає якесь бажання, я перш за все питаю у себе, чи розумно це.
35. Іноді мені здається, що якби якийсь мудрий чоловік зміг побачити мене наскрізь, він би тут же зрозумів, яке я нікчема.
36. Часом я сам собою захоплююсь.
37. Можна сказати, що я ціную себе досить високо.
38. У глибині душі я ніяк не можу повірити, що я дійсно доросла людина.
39. Без сторонньої допомоги я мало, що можу зробити.
40. Іноді я сам себе погано розумію.

41. Мені дуже заважає нестача енергії, волі і цілеспрямованості.
42. Думаю, що інші в цілому оцінюють мене досить високо.
43. У моєї особистості є, напевно, щось таке, що здатне викликати у інших неприязнь.
44. Більшість моїх знайомих не приймають мене вже так серйозно.
45. Сам у себе я досить часто викликаю почуття роздратування.
46. Я цілком можу сказати, що принижую себе сам.
47. Навіть мої негативні риси не здаються мені чужими.
48. У цілому, мене влаштовує те, яким я є.
49. Навряд чи мене можна любити по-справжньому.
50. Моїм мріям і планам не вистачає реалістичності.
51. Якби моє друге «Я» існувало, то для мене це був би самий нудний партнер по спілкуванню.
52. Думаю, що міг би знайти спільну мову з будь-яким розумним і знаючим людиною.
53. Те, що в мені відбувається, як правило, мені зрозуміло.
54. Мої гідності цілком переважають мої недоліки.
55. Навряд чи знайдеться багато людей, які звинуватять мене в відсутності совісті.
56. Коли зі мною трапляються неприємності, як правило, я кажу: «Так тобі й треба».
57. Я можу сказати, що в цілому я контролюю свою долю.

Опитувальник образу свого тіла (О.А. Скугаревський, С.В.Сивуха)

Інструкція: Оцініть кожне твердження за чотирибальною шкалою: 0 – ніколи, 1 – іноді, 2 – часто, 3 – завжди.

№ вопроса	Никогда	Иногда	Часто	Всегда
1. Я не люблю смотреть на себя в зеркало.				
2. Покупка одежды обращает мое внимание на то, как я выгляжу, и потому неприятна.				
3. Я не люблю, когда на меня обращено внимание окружающих.				
4. Я избегаю ситуаций, в которых окружающие могут увидеть мой тело (например, посещение бассейна, пляжа и т.д.).				
5. Я испытываю стыд за своё тело в присутствии определённых людей.				
6. Я не люблю своё тело.				
7. Мне кажется, что другие люди должны считать мой тело безобразным.				
8. Я чувствую, что друзья и члены моей семьи смущаются при взгляде на меня.				
9. Я сравниваю своё тело с другими для того, чтобы убедиться, что они полнее, чем я.				

10. Мне сложно получать удовольствие от своей деятельности из-за того, что я испытываю неловкость в связи со своим внешним видом.				
11. Я испытываю чувство вины в связи со своим весом.				
12. У меня есть негативные мысли, и я самокритична в отношении своего тела и того, как я выгляжу.				
13. Мне трудно принимать комплименты по поводу того, как я выгляжу.				
14. Когда я смотрюсь в зеркало, то моё внимание сосредоточено преимущественно на тех частях тела, которые нуждаются в улучшении.				
15. Я чувствую себя униженной и/или подавленной в присутствии человека, который, по моему мнению, более привлекателен, чем я.				
16. Я беспокоюсь о собственном весе.				