

Таким чином, розвиток емоційного інтелекту стає одним із головних напрямів психологічної підтримки персоналу ІТ-компаній, а також важливим чинником корпоративної культури.

**Висновок.**

Отже, ми можемо сказати, що емоційний інтелект пройшов довгий шлях – від концепції соціального інтелекту Торндайка до сучасних моделей цифрової емоційної компетентності. Його значення для професійної діяльності, особливо у сфері інформаційних технологій, постійно зростає.

У світі, де автоматизація і штучний інтелект поступово беруть на себе рутинні процеси, саме емоційний компонент стає унікальною людською перевагою. Розвиток емоційного інтелекту в ІТ-командах – це не лише питання психологічного добробуту, а й стратегічний ресурс для підвищення ефективності, інноваційності та конкурентоспроможності.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на вивчення взаємозв'язку між рівнем Digital EI та продуктивністю в гібридних командах, а також на розробку тренінгових програм для підготовки фахівців нового покоління – технічно компетентних, але емоційно зрілих.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). *Emotional Intelligence. Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.
2. Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York: Bantam Books.
3. Передало, Х. С. (2020). *Роль емоційного інтелекту у системі основних компетенцій менеджера. Менеджмент та підприємництво в Україні*, 2(2), 63-68.
4. Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. Penguin Press.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕЯКИХ АСПЕКТІВ ЕМОЦІЙНО-ЦІННІСНОГО САМОСТАВЛЕННЯ ПІДЛІТКІВ У ПРОЦЕСІ КІБЕРСОЦІАЛІЗАЦІЇ**

**Кононова М. М., Анушкевич В. І., Жиган І. І.**

*Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка  
meershaum@ukr.net, Avio0635981234@gmail.com, Irinamareha@gmail.com*

Епоха ХХІ століття знаменується активним розвитком різноманітних видів інформаційних Інтернет-мереж, завдяки яким практично кожна сучасна людина, від дитини до дорослого, легко і

швидко здійснює у віртуальному просторі обмін думками та ідеями, встановлює нові знайомства, розвиває і підтримує стосунки і міжособистісну комунікацію, планує та реалізує своє дозвілля, роботу, на відстані спостерігає за актуальними новинами в реальному часі, здійснює наукову, професійну пошукову діяльність, здійснює особистісне і професійне самовираження, реалізує себе в різних видах діяльності он-лайн [2]. Відповідно сьогодні на теренах кіберпростору здійснюється новий етап соціалізації людини, значимість та вплив якого на розвиток різних сфер особистості неможливо ігнорувати, а навпаки – потрібно детально вивчати і пролонговано досліджувати.

Реалії сьогодення вказують на наявність негативних наслідків відходу від безпосереднього (емоційного) спілкування між людьми до комунікації у новітньому кіберпросторі за допомогою електронних девайсів (мобільні телефони, комп'ютери). Активно продовжуються дискусії і щодо ступеню впливу віртуальної реальності на реальність фізичну, особливо серед юного покоління, психіка якого доволі пластична [1, 3, 4]. Чи завжди дитина виявляється здатною якісно диференціювати те, що бачить, чує, емоційно сприймає в Інтернеті, з тим, що є насправді? Нас цікавить, як ірреальний світ впливає на формування образу «Я» у підлітковому віці, на зміну їхнього самопочуття і самооцінки, самоствавлення. Зокрема, питання емоційно-ціннісного самоствавлення підлітків у процесі кіберсоціалізації і стало основною метою нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що проблема самоствавлення достатньо широко вивчається в зарубіжній та українській психології такими дослідниками, як: Л. Божович, О. Бодалев, Б. Братусь, Г. Костюк, С. Максименко, В. Столін, Дж. Марвел, К. Роджерс, М. Розенберг, Л. Уэльс, та ін. Вони займаються вивченням таких питань: самоствавлення як компонент самосвідомості, зміни самосвідомості у підлітковому віці та їх вплив на самоствавлення, формування емоційно-ціннісного ставлення до себе, вплив соціуму на формування і розвиток самоствавлення.

Тему віртуальної залежності, віртуалізації образу «Я», появи в образі «Я» підлітка рис віртуального татуювання досліджують такі вчені, як Т. Анікіна, Ю. Асєєва, Л. Березовська, Н. Бочкарьова, Є. Гіденко, І. Гоян, В. Єгорова, Л. Журавльова, О. Камінська, Н. Малєєва, О. Соков, Н. Чудова, Т. Щербак, Ю. Якущенко, Т. Banziger, S. Grasmuck, P. Goldie, A. Joinson, J. Martin, J. Pitt, A. Vasalou, S. Zhao та ін.).

Самоствавлення особистості розуміється як складне когнітивно-афективне утворення, зрілість якого визначається якістю взаємозв'язку і ступенем узгодженості складових. Його структура складається з двох компонентів: раціонального ставлення до себе як суб'єкта соціальної активності («образ-Я» або категоріальне «Я») і емоційно-ціннісного

ставлення до себе – переживання оцінки власної значущості як суб'єкта соціальної активності, які утворюють рефлексивне «Я» (Є. Сухарева, О. Прокоф'єва) [5].

Позитивне стійке самоствавлення лежить в основі віри особистості у свої можливості, самостійність, енергійність, пов'язане з її готовністю до ризику, обумовлює оптимізм відносно очікування успішності своїх дій у ситуації невизначеності.

Негативне самоствавлення є джерелом різних труднощів у спілкуванні, оскільки особа з таким ставленням до себе заздалегідь упевнена в тому, що оточуючі погано до неї ставляться. Проблема гідності, цінності свого «Я» майже повністю поглинає її увагу, у зв'язку з чим рівень активності особистості надмірно підвищується, ускладнюючи тим самим вибір адекватного способу взаємодії, її поведінка стає ригідною.

У нашому дослідженні взяли участь 82 підлітки з різних закладів загальної освіти, віком 14-16 років. Дослідження проводилося за їхньої згоди і згоди батьків на анонімне опитування їхніх дітей у межах школи. Учням підліткового віку було запропоновано кілька опитувальників: Шкала самооцінки Розенберга; Шкала вимірювання тактик самопрезентації (SPTS) С. Лі та Б. Куїглі. Наводимо емпіричні результати.

Так, дослідження самооцінки підлітків, які активно користувалися соціальними мережами (Instagram, Facebook, TikTok, месенджер WhatsApp та ін.), пошуковою системою Google, відеохостингом YouTube або іншою Інтернет-платформою показало, що серед таких респондентів більше було тих, у кого рівень самооцінки був на середньому рівні (53,7%), що характеризувало їх як осіб, здатних критично оцінювати і правильно співвідносити свої можливості і досягнення, як тих, хто прагне реально дивитися на світ і ставить перед собою досяжні цілі. У цілому підлітки оцінювали себе позитивно, здатні були проявляти рішучість і впевненість у собі, вміли знаходити й приймати логічні рішення, але мали певні сумніви щодо своїх переваг і недоліків у різних життєвих і навчальних ситуаціях.

Визначено, що 28% від загальної кількості підлітків мали низький рівень самооцінки, що могло зумовлювати викривлене самоусвідомлення, появу акцентуацій на своїх невдачах, надмірної невпевненості у собі (навіть за відсутності реальних причин), пасивності, розвиток «комплексу неповноцінності», прагнення уникати проблем неконструктивними способами.

Виокремлено 18,3% підлітків, рівень самооцінки яких був високим, що вказувало на наявність гіпертрофованої впевненості у собі і позитивного самоствавлення, ідеалізацію своїх можливостей, досягнень, здібностей, своєї цінності для навколишніх людей і

конкретної діяльності, через що часто приймалися зависокі цілі, спостерігалось ігнорування власних невдач та несприйняття зауважень від інших людей.

Дослідження особливостей тактик самопрезентації, які вибирали підлітки під час позиціонування себе та при справлянні враження наживо чи в кіберпросторі, показало наявність найвищих середніх значень за кількома шкалами, а саме: «бажання сподобатися» (у 31,7% опитаних), «вибачення» (у 25,6%), «перешкоди собі» (у 23,2% випадків) та «прикладу для наслідування» (у 21,9% підлітків).

Отже, саме згадані вище тактики самопрезентації найчастіше використовували підлітки у соціальних мережах для створення і підтримки свого образу. Натомість менш актуальними тактиками самопрезентації при комунікативній діяльності наяву та в соціальних мережах виявилися такі, як: «залякування» (14,6% опитаних) і «виправдання із запереченням відповідальності» (у 12,2% підлітків). Вважаємо, що це свідчило про достатню самосвідомість й емоційну зрілість підлітків, які здатні не використовувати агресивні способи спілкування при взаємодії з іншими людьми.

Отже, емпіричне дослідження дозволило виокремити найбільш актуальні тактики самопрезентації підлітків – активних користувачів соціальних мереж, що більшість із них мала адекватну самооцінку. Водночас немало було осіб із зниженою самооцінкою. Подальші емпіричні розвідки будуть спрямовані на встановлення кореляційних зв'язків між самооцінкою і тактиками самопрезентації, що розширить уявлення про важливість цих аспектів емоційно-ціннісного самоствавлення підлітків у процесі кіберсоціалізації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гуменюк Л. Й. Інтернет-адикція молоді у соціальному вимірі. *Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки*. 2016. Т. 18, Вип. 2(1). С. 217–225.
2. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації : плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2022. Вип. 2. С. 179–184.
3. Девтеров І. Етичні проблеми кіберпростору. *Вища освіта України: теоретичний та науково-методичний часопис*. 2021. № 2. С. 27–32.
4. Камінська О. В. Вплив інтернет-залежності на формування ціннісних орієнтацій молоді. *Нова педагогічна думка*. 2018. № 1 (77). С. 178–182.
5. Сухарева Є. М., Прокоф'єва О. О. Психологічні особливості самоствавлення у підлітків. *Психологія*, 2018. URL <http://medpsychology.pp.ua/samostavlennya-u-pidlitkiv> (дата звернення: 01.09.25)