

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет психології та соціальної роботи

(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра диференціальної і спеціальної психології

(повна назва кафедри)

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

«Фотографія, як спосіб сприйняття себе
«Photography as a way of self-perception»

Виконала: здобувачка денної форми навчання
спеціальності 053 Психологія

Освітня програма «Психологія»

Кіпоть Аліна Андріївна

Керівник: к.психол.н., ст. викл. Акопян А.Б.

Рецензент: доцент, к.психол.н. Данілова О. В.

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ _____ від _____ 2024 р.

Захищено на засіданні ЕК № _____

протокол № _____ від _____ 2024 р.

Оцінка _____ / _____ / _____

(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Завідувачка кафедри

Родіна Н. В.

Голова ДЕК

Кононенко О.І.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРОБЛЕМИ ФОТОГРАФІЇ, ЯК СПОСОБУ СПРИЙНЯТТЯ СЕБЕ	7
1.1. Як сприйняття себе залежить від типу темпераменту.....	7
1.2. Сенсорні особливості сприйняття оточуючих людей.....	15
1.3. Фотографія, як спосіб сприйняття себе.....	22
Висновки до 1 розділу.....	30
РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ФОТОГРАФІЇ, ЯК СПОСОБУ СПРИЙНЯТТЯ СЕБЕ	35
2.1. Методика та процедура дослідження.....	35
2.2. Отримані результати та їх аналіз.....	44
2.3. Практичні рекомендації з підвищення самооцінки у юнацькому віці.....	49
Висновки до 2 розділу.....	51
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	55
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність роботи. Фотографія є доступним, а тому популярним методом фіксації дійсності. З одного боку, вона виступає інструментом закорковування моментів життя, тобто допомагає зберігати спогади, а з іншого боку – це один із найбільш значущих способів самопрезентації в «моменті», тут і зараз через отримання миттєвих відгуків. Фотографія представляє собою візуальну мову повідомлення людини про себе навколишнім і є способом запам'ятовування свого стану тут і зараз.

У юнацькому віці є актуальним самовираження через фотографії в соціальних мережах. Деякі соціальні мережі орієнтовані виключно на візуальну складову, зводячи текстові форми спілкування до супровідного мінімуму. Презентаційна природа сучасної фотографії актуалізується ще й завдяки суто технічним аспектам – доступністю фотокамер (насамперед, на телефонах) та можливістю швидкої, майже миттєвої соціальної презентації фотографій в Інтернет-середовищі.

Орієнтація на соціальний відгук, реакцію аудиторії та загалом вбудованість фотографії у систему сучасних масових комунікацій робить її популярно серед молоді. І це стосується не лише окремих видів (наприклад, документальної) чи жанрам (наприклад, репортажної) фотографії – це її універсальна феноменологічна властивість.

Осмисленню фотографії як рефлектора соціальної реальності присвячено чимало робіт, так само як та окремим типам/видам фотографії, специфіці її інструментально-методичного використання та ін. Ми б хотіли зупинитися на тому як фотографія може виступати способом сприйняття себе.

Вивчення типів темпераменту та його зв'язку зі сприйняттям себе на фотографіях може бути цікавою областю досліджень, що пов'язує психологію особистості та візуальне сприйняття.

Темперамент часто асоціюється з основними рисами особистості та способами реагування на навколишній світ. Холерики активні, імпульсивні та енергійні, меланхоліки – чутливі та схильні до глибоких переживань, флегматики – спокійні та врівноважені, сангвініки – оптимістичні та товариські. Щодо сприйняття себе на фотографіях, це може залежати від різних факторів, включаючи самооцінку, рівень впевненості в собі, внутрішню самоконцепцію та навіть соціокультурні впливи. Особа з високою самооцінкою може сприймати свої фотографії більш позитивно та із задоволенням, тоді як у когось із низькою самооцінкою можуть виникати критичніші оцінки свого зовнішнього вигляду. Особистість віддає перевагу певним типам фотографій себе, залежно від особистісних рис. Екстравертовані особи можуть віддавати перевагу більш яскравим, емоційно виразним фотографіям, у той час як інтроверти віддають перевагу спокійним і стриманим фотографіям.

Зв'язок між типами темпераменту та сприйняттям себе на фотографіях може бути складним та індивідуальним. Сприйняття свого зовнішнього вигляду може залежати від багатьох факторів, включаючи особистісні риси, соціальне середовище, самооцінку та інші аспекти особистості.

Аналіз джерельної бази дослідження:

Дослідження типу темпераменту особистості проводили наступні вітчизняні вчені: Н. М. Атаманчук, М. Гаврютіна, В. Ю. Суханов та ін.

Вивчення сенсорних особливості сприйняття оточуючих людей проводили наступні вітчизняні вчені: І. О. Зуєв, Є. В. Заїка, Т. І. Криворучка, І. В. Чухрій та ін.

Аналіз фотографії, як способу сприйняття себе здійснювали такі вчені: Н. М. Бріль, О. Вацлавик, Т. В. Іванюха, Т. Козинцева, І. В. Кошова, Н. М. Макаренко, А. Г. Павленко, В. Рудич, М. С. Тупіков та зарубіжні: Д. А. Краус, А. Хоскінс, Р. Сарвас, Д. Фролкіч та ін.

Отже, обрана тема «**Фотографія, як спосіб сприйняття себе**» потребує подальшого вивчення.

Мета дослідження – виявити взаємозв'язок між типом темпераменту, провідною сенсорною системою та сприйняттям себе на фотографіях.

Завдання дослідження:

1. Провести теоретичний аналіз проблеми фотографії, як способу сприйняття себе.

2. Провести емпіричне дослідження проблеми фотографії, як способу сприйняття себе.

3. Розробити рекомендації з підвищення самооцінки у юнацькому віці.

Об'єкт дослідження – психологічний процес сприйняття

Предмет дослідження – особливості самосприйняття людиною фотографічних зображень

Методи дослідження:

- теоретичні: аналіз, синтез та узагальнення;
- емпіричні: методики:
 1. Особистісний опитувальник «ЕРІ» (Г. Айзенка).
 2. Методика «Визначення провідної сенсорної системи людини».
 3. Анкета «Фотографія, як спосіб сприйняття себе»;
- статистичні: метод рангової кореляції К. Пірсона.

Вибірка дослідження: загальна кількість вибірки 30 досліджуваних, 7 чоловіків та 23 дівчини. Середній вік досліджуваних 19,5 років.

Практичне значення отриманих результатів:

Практичне значення роботи полягає в тому, що надані рекомендації можуть бути використані у корекційній роботі по підвищенню самооцінки в юнацькому віці.

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, висновків, списку використаних джерел – 40 джерел, таблиць – 6, рисунки – 3, додатків – 5. Основний текст розміщено на 55 сторінках, загалом робота містить 70 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРОБЛЕМИ ФОТОГРАФІЇ, ЯК СПОСОБУ СПРИЙНЯТТЯ СЕБЕ

1.1. Індивідуальні темпераментальні особливості сприйняття

Сприйняття – це здатність організму сприймати та інтерпретувати інформацію з навколишнього світу через органи почуттів. Темперамент, як індивідуальна особливість особистості, може значно впливати на те, як вона сприймає навколишній світ.

Люди з різними типами темпераменту можуть мати різну чутливість до різних стимулів довкілля. Людина з високою чутливістю може інтенсивніше реагувати на подразники, такі як яскраве світло або гучний шум, що може вплинути на його сприйняття навколишнього світу. Різні типи темпераменту можуть також впливати на емоційні реакції на різні сенсорні враження. Темперамент визначає стиль сприйняття людини. Деякі люди можуть бути більш схильні до аналітичного чи детального сприйняття, тоді як інші можуть мати ширший чи інтуїтивніший підхід до сприйняття інформації.

Темперамент відіграє важливу роль у тому як людина сприймає світ навколо себе, визначаючи емоційні реакції, чутливість до стимулів і здатність до адаптації до умов навколишнього середовища, що змінюються.

Холерики є енергійними, цілеспрямованими та динамічними особистостями. Ось розглянемо його характеристики:

1. Енергічність – мають високий рівень енергії, активні і прагнуть дії. Заряджають оточуючих своєю енергією і можуть бути дуже продуктивними у діяльності.

2. Цілеспрямованість – холерики мають прагнення до досягнення цілей. Вони рішучі, можуть бути керівниками та ініціаторами, тому що легко беруть на себе відповідальність за дії та приймають швидкі рішення.

3. Пристрасність – схильні до пристрастей і швидко залучаються до того, що викликає їх інтерес. Їм властиво прояв сильних емоцій і захоплень щодо того, що вони люблять чи чим захоплюються.

4. Імпульсивність – холерики можуть бути імпульсивними, приймаючи рішення на основі моментальних вражень чи емоцій. Це може призвести до того, що вони швидко реагують на події довкола себе.

5. Запальність – через високий рівень енергії та пристрасності, холерики схильні до запальних реакцій або прояву роздратування у стресових ситуаціях [1].

Отже, дані риси присутні у холериків, але важливо пам'ятати, що кожна людина унікальна, і рівень виразності цих рис може сильно змінюватись.

Згідно С. Д. Максименко холерики, в силу своєї енергійності та активності, віддають перевагу активному спілкуванню. Холерики беруть ініціативу спілкування на себе. Можуть розпочинати розмову, пропонувати ідеї та стимулювати діяльність у групі. Вони мають високий рівень енергії, що робить їх активними співрозмовниками. Їм цікаво підтримувати динамічні дискусії та брати участь у активних обговореннях. Холерики схильні до прямого спілкування. Вони схильні говорити те, що думають, і можуть висловлювати свої думки та пропозиції відверто та переконливо. Вони часто виявляють лідерські якості у спілкуванні, прагнучи організації та управління діяльністю у групі. Їм подобається брати на себе роль керівника. Холерики цінують результативність у спілкуванні. Вони можуть бути націлені на досягнення мети в розмові або діяльності, в якій вони беруть участь [7].

Таким чином, у спілкуванні холерики можуть виявляти ентузіазм, енергію і часто значний вплив на оточуючих завдяки своєму активному та рішучому стилю спілкування.

Меланхоліки – це люди, які мають глибокий внутрішній світ і часто мають складні емоційні переживання. Для них властиво:

1. Творче мислення – схильні до аналізу, можуть глибоко занурюватися у свої думки та переживання, що робить їх часто добрими спостерігачами та художниками.

2. Чутливість – чутливі до навколишнього оточення та емоцій інших людей. Вони можуть легко переживати свої власні емоції та почуття інших, що робить їх емпатичними.

3. Інтроспекція – схильні до інтроспекції та саморефлексії. Замислюються про своє життя, цілі та значення речей.

4. Схильність до меланхолії – меланхоліки можуть бути схильнішими до сумних настроїв або навіть депресії. Вони часто переживають глибокі емоції та можуть бути більш уразливими до стресу.

5. Перфекціонізм – прагнуть до досконалості у своїх справах і уважно ставляться до деталей [7].

Отже, це лише загальні риси, які часто асоціюються із меланхоліками.

Меланхоліки у спілкуванні можуть мати свої унікальні особливості через свою інтровертовану. Вони віддають перевагу глибоким, осмисленим розмовам. Меланхоліки обережні у виборі слів та дій. Їм може знадобитися більше часу, щоб відкритися у спілкуванні або виявити свої думки та почуття. Вони добре слухають і часто стають добрими слухачами. Меланхоліки чутливі до емоцій та настрою оточуючих [7].

Отже, для меланхоліків спілкування є способом занурення у світ внутрішніх переживань та обміну глибокими думками. Вони можуть бути відмінними друзями та співрозмовниками.

Флегматик – це тип темпераменту, який характеризується спокоєм, врівноваженістю та інертністю у прояві емоцій та реакцій. До основних характеристик темпераменту вноситься:

1. Врівноваженість – флегматики емоційно стабільні, рідко піддаються коливанням настрою. Вони залишаються незворушними навіть у ситуаціях підвищеної напруженості.

2. Інертність – дана властивість характеризує повільність флегматиків у прийнятті рішень або реагуванні на події. Іноді вони можуть здаватися неохочими або повільними через свою схильність до роздумів перед діями.

3. Стриманість в вираженні емоцій – флегматики рідко виражають свої емоції відкрито. Вони схильні до стриманості і вважають за краще зберігати свої почуття собі [7].

Отже, хоча цей тип темпераменту може здаватися менш виразним або активним у порівнянні з іншими, флегматики мають якості стабільності і здатності зберігати холонокровність у складних ситуаціях.

Флегматики у спілкуванні виявляють певні риси, що відрізняють їх від інших типів темпераменту. Вони проявляють спокійний і врівноважений характер. Флегматики можуть бути стриманими у висловленні своїх емоцій та думок. Вони терпимі і шанобливі до погляду інших. Флегматики – гарні слухачі, вони не балакучі. Флегматики не прагнуть домінування в розмові, не конфліктні. Вони проявляють стабільність та передбачуваність у своїх реакціях [7].

Таким чином, флегматики можуть здаватися менш емоційно виразними чи активними у спілкуванні, їх спокій та врівноваженість створюють умиротворену та приємну атмосферу навколо них. Вони можуть бути

хорошими слухачами та надійними друзями завдяки своїй стабільності та терпимості.

Як зазначає Суханов В. Ю. сангвініки – це веселі, товариські та оптимістичні особистості. Розглянемо основні риси сангвініків:

1. Комунікабельність – вони мають розвинені комунікативні навички і легко заводять нові знайомства, швидко знаходять спільну мову з людьми.

2. Оптимізм – сангвініки мають позитивний погляд на життя. Вони схильні бачити яскравий бік речей та проявлять оптимізм.

3. Ентузіазм – сангвініки мають високий рівень енергії і виявляють інтерес до різних видів діяльності. Вони швидко вбирають нові ідеї та стимулюють інших до дії.

4. Імпульсивність – проявлять імпульсивність, приймаючи рішення на основі моментальних вражень чи емоцій, що може призвести до спонтанних дій [29].

Отже, сангвініки приємні у спілкуванні та можуть стати душею будь-якої компанії завдяки своєму оптимізму та комунікабельності.

Сангвініки мають певні риси, які роблять їх гарними співрозмовниками. Вони товариські особистості, їм подобається спілкуватися і знаходити спільну мову з різними людьми, легко заводять нові знайомства.

Вони створюють навколо себе веселу та приємну атмосферу. Сангвініки вміють розповідати історії та ділитися веселими історіями зі свого життя, що робить їх цікавими та привабливими для спілкування. Вони привертають увагу оточуючих та вміють підтримувати дружні стосунки. Вони легко пристосовуються до нових ситуацій та людей, що допомагає їм швидко вбудовуватися у спілкування [29].

Таким чином, сангвініки привносять веселощі та ентузіазм у групу, роблячи спілкування з ними яскравим та захоплюючим. Вони здатні створити

приємну атмосферу навколо себе та роблять спілкування легким та приємним для всіх.

Тип темпераменту може вплинути на те, як особистість сприймає себе. Розглянемо типи темпераментів:

1. Холерики – самовпевнені та цілеспрямовані, вони можуть бачити себе як лідерів та людей, здатних досягати цілей.

2. Меланхоліки – чутливі та внутрішньо орієнтовані, вони можуть бути самокритичними та схильні до перфекціонізму, схильні до сумнівів і переживань.

3. Флегматики – емоційно стійкі та спокійні, флегматики можуть бачити себе як урівноважених та здатних вирішувати конфлікти.

4. Сангвініки – життєрадісні та товариські, сангвініки позитивно сприймають себе. Вони енергійні і здатні підтримувати позитивні відносини [28].

Таким чином, темперамент впливає на самосприйняття особистості на фотографії, тому що він визначає реакцію на оточуючий світ.

З точки зору Н. М. Макаренко, А. Г. Павленко холерики сприймають себе на фотографіях як енергійних, пристрасних та привабливих особистостей. Вони оцінюють себе на фото, як людей, які передають впевненість та динамізм, і, ймовірно, будуть вибирати зображення, на яких вони виглядають активно та повними енергії. Їх типова реакція на фотографіях може бути позитивною, якщо вони відчують, що на фото передана їх енергія та пристрасть. Загалом вони віддають перевагу фото, на яких виглядають рішучими, сфокусованими і навіть владними, відображаючи свою характерну впевненість та енергію.

Меланхоліки, сприймають себе на фотографіях з ретельністю та чутливістю. Їх сприйняття глибоке та інтроспективне, вони критично

ставляться до себе. Вони мають підвищену чутливість до деталей і емоційної глибини, тому їх реакція на фотографії може бути пов'язана зі сприйняттям своєї зовнішності, вираження емоцій або внутрішнього стану. Вони можуть віддавати перевагу фотографіям, які передають їх внутрішній світ, щирість і глибокі почуття, ніж просто хороше фізичне враження. Меланхоліки критичні до свого вигляду на фотографіях і віддають перевагу фотографіям, які передають їх внутрішню емоційну складову, ніж зовнішній вигляд.

Флегматики, схильні до поміркованості та стриманості у вираженні емоцій, можуть сприймати себе на фотографіях з розумінням та спокоєм. Вони не прагнуть експресивних або емоційних вражень на фотографіях. Сприймають себе на фотографіях як спокійних та стриманих. Реакція на власне зображення є не дуже емоційною. Флегматики можуть оцінювати фотографії з погляду просто факту подання свого образу і можуть бути менш залучені до їх емоційної інтерпретації. Вони схильні сприймати фотографії з помірністю і цінують фотографії, які передають їх врівноваженість і спокій.

Сангвініки, як оптимісти сприймають себе на фотографіях як живавих, веселих і привабливих особистостей. Вони ставляться до фотографій із позитивом і сприймають їх як відображення своєї енергії та оптимізму. Сангвініки цінують фотографії, на яких вони виглядають яскраво, активно та повними енергії. Вони обирають фото, де передано їх жвавість, ентузіазм і відкритість. Важливо для них, щоб фотографії відображали їх комунікабельність та здатність заводити нові знайомства. Вони можуть поставитися до фотографій з ентузіазмом і позитивом, бачачи в них не тільки відображення свого зовнішнього вигляду, але й вираження життєлюбства та енергійності. Фотографії для сангвініків є способом самовираження та прояви себе для оточуючих людей [21].

Холерики – це зазвичай енергійні, активні та імпульсивні особистості. Їх характер визначається високою активністю та прагненням до дії.

Сприйняття себе фотографіях може бути пов'язані з їх характеристиками темпераменту.

Холерики, охоче постають перед камерою і можуть віддавати перевагу динамічним, емоційним знімкам, які передають їх енергію та активність. Вони схильні до аналізу свого зовнішнього вигляду та більше зосереджуватись на емоціях та враженнях, які вони переживають у момент фотографування. Прагнуть активності і динаміки, тому фотографії, де вони виглядають енергійно, жваво і демонструють свою діяльність чи пристрасті, можуть бути їм привабливішими і відповідними їх сприйняттю себе.

Меланхоліки переживають глибокі емоції, чутливість і схильність до саморефлексії. Сприйняття себе на фотографіях є інтроспективним і критичним через схильність до глибокого переживання емоцій. Меланхоліки уважні до деталей та атмосфери, яку передає фотографія. Віддають перевагу тихим, емоційно насиченим і глибоким фотографіям, які відображають їх внутрішній світ або передають певні емоційні стани. Вони критичні до свого зовнішнього вигляду на фотографіях через свою схильність до саморефлексії та перфекціонізму. Це не означає, що кожен меланхолік однозначно сприйматиме себе на фотографіях таким чином. Особисті переваги, настрої у момент фотографування та індивідуальні особливості особистості можуть сильно змінюватись. Сприйняття себе на фотографіях залежить від багатьох факторів і може бути унікальним для кожної людини.

Сангвініки є оптимістичними та веселими. Сприйняття себе на фотографіях пов'язане з їх яскравими емоціями, активністю та прагненням до спілкування, фотографії передають енергію та позитивні емоції. На фото вони посміхаються, виявляють свою комунікабельність та демонструють емоції. Насолоджуються процесом фотографування, так як це надає їм можливість бути в центрі уваги та поділитися своїм ентузіазмом з оточуючими. Вони не критичні до власного вигляду на фотографіях і швидше оцінюють позитивні моменти та емоції, які вони можуть передати на знімку.

Флегматики характеризуються спокоєм, врівноваженістю та високим рівнем самоконтролю. Сприйняття себе на фотографіях є спокійним та врівноваженим. Вони віддають перевагу фотографіям, які передають урівноважений спосіб життя. Схильні до емоційної виразності на фотографіях, нейтральним позам або виразам обличчя. Вони не прагнуть бути в центрі уваги на фотографіях, тому уникають надто яскравих і виразних поз, віддаючи перевагу стриманішим і помірнішим фотографіям. Вони надають значення фотографії як способу сфотографувати момент, а не самовираження [21].

Отже, в залежності від типу темпераменту відрізняється сприйняття себе особистістю на фотографіях.

1.2. Сенсорні особливості сприйняття оточуючого світу

Сенсорні особливості сприйняття оточуючих людей включають різні аспекти сприйняття, які можуть змінюватись у різних людей. Розглянемо основні:

1. візуали – можуть бути більш візуально орієнтованими та краще сприймати інформацію через зорові образи, фотографії, кольори, форми та текстури;

- аудіали – віддають перевагу аудіальним сигналам, таким як: звуки, музика, ритм та інтонації, і краще сприймати інформацію через слух;

- кінестетики – віддають перевагу фізичній взаємодії з навколишнім світом. Вони можуть краще відчувати і розуміти світ через дотики, рухи, текстури та дотик.

- комбінований тип – для нього властиве використання різних сенсорних каналів залежно від контексту чи завдання [35].

Отже, особливості сприйняття можуть впливати на сприйняття себе на фотографіях, взаємодії з навколишнім середовищем, розумінні інформації та взаємодії з іншими людьми. Розуміння власних сенсорних особливостей і того, як вони впливають на сприйняття світу, може допомогти краще адаптуватися до різних ситуацій та покращити взаємодію з оточуючими.

Згідно Т. Козинцевої, В. Рудич візуали звертають увагу на деталі та композицію фотографії. Вони оцінюють як зображення передає атмосферу, освітлення, їх позу та оточення на фотографії. Звертають увагу на візуальні аспекти, такі як: кольори, лінії та форми, їх зовнішній вигляд та як він передається на фотографії. Оцінюють як фотографія передає емоційний стан та вираз обличчя. Вони уважні до того, як їх емоції та настрої відображені на фотографії. Вони схильні до імпульсивної оцінки свого вигляду на фото. Для візуалів фотографії – це не лише зображення, а й можливість поглянути на себе чи момент в іншій перспективі, застосовуючи свої візуальні навички та уяву [13].

Д. А. Лактіонова вважає, що для аудіалів важливий емоційний тон фотографії. Вони оцінюють зображення, виходячи з того, які емоції воно викликає. Асоціюють фотографію з певними звуками, настроєм чи музикою, певна фотографія може викликати певні аудіальні асоціації. На фотографії звертають увагу на емоційний вираз обличчя або жести, які передають якісь звукові аспекти, такі як сміх, голос чи інтонації. Вони інтерпретують фотографію через призму історії, пов'язаної із зображенням, або через уявний звуковий контекст, який, на їх думку, може бути пов'язаний із ситуацією на фотографії. Для аудіалів фотографії можуть викликати емоційні реакції, пов'язані з тим, що вони відчувають або асоціюють зі звуками та емоціями, навіть якщо це пряме звукове сприйняття [16].

Кінестетики оцінюють наскільки фотографія передає їх фізичний стан та рівень комфорту, як поза чи середовище на фотографії впливає на їх фізичний стан. Кінестетики сприймають фотографії через аналіз руху та

енергії на них. Вони оцінюють фотографії, виходячи з того, чи передають зображення рух або динаміку. Звертають увагу на текстуру та відчуття, що передаються через зображення, які матеріали чи поверхні присутні на фотографії та які вони викликають фізичні асоціації. При перегляді фотографій, вони відчувають фізичну реакцію на емоційні аспекти зображення, можуть відчувати напругу або розслаблення у своєму тілі в залежності від емоцій, що викликаються зображенням. Віддають перевагу фотографіям, які передають фізичну активність або енергетику, особливо якщо це відображає їх стиль або переваги в русі. Вони сприймають фотографії через фізичні відчуття та емоційні реакції на рівні тіла, оцінюючи зображення з погляду своїх фізичних уподобань та комфорту [16].

Люди з комбінованим типом сенсорних систем змішують відчуття та сприйняття різних сенсорних каналів при розгляді фотографій. Вони бачать та оцінюють фізичні аспекти (кінестетичні відчуття) у поєднанні з візуальними та емоційними аспектами. Віддають перевагу фотографії, які надають комплексні враження, що включають кілька сенсорних аспектів. Сприйняття гнучке та мінливе, оскільки різні сенсорні враження можуть активуватися по-різному в різних ситуаціях або при розгляді різних фотографій. Вони віддають перевагу фотографіям, які пропонують різноманітність сенсорних стимулів, що відображають багатство їх власного багатостороннього сприйняття світу. Люди з комбінованим типом сенсорних систем можуть перебувати у постійному пошуку та оцінці того, як фотографії викликають у них різноманітні сенсорні враження. Їх сприйняття зображень є комплекснішим і багатшаровим завдяки поєднанню різних сенсорних аспектів [16].

Як зазначає Н. М. Бриль у візуалів можуть бути певні причини, що заважають їм позитивно сприймати себе на фотографіях. Вони мають чітке уявлення про те, як вони хотіли б виглядати на фотографіях. Якщо реальність не відповідає цим очікуванням, це призводить до розчарування. Візуали критично сприймають себе на фото. Поганий ракурс або освітлення можуть

не передавати їх кращі риси або викликати дискомфорт при переглядів фотографії. Візуали схильні до порівняння себе з іншими, бачачи лише позитивні боки інших і вважаючи, що вони гірше вийшли на фото. Для них важливий емоційний стан у момент фотографування, оскільки у майбутньому він буде впливати на сприйняття фотографій. Якщо вони відчували себе невпевнено чи некомфортно, це може вплинути на результат [3].

Аудіали орієнтовані на звуки та емоції, а не на візуальні аспекти. Через це фотографії викликають в них сильні емоції, що робить складним сприйняття свого образу. Якщо аудіали відчували дискомфорт або напругу в момент фотографування, це може позначитися на їх відношенні до фотографій. Їх уявлення про себе не відповідає тому, як вони виглядають на фотографіях, це викликає дискомфорт та негативне ставлення до фотографій. Вони почувають незадоволеність своїм зовнішнім виглядом на фотографіях через неправильний кут зйомки, освітлення або інших технічних деталей [4].

Кінестетики орієнтуватися на свої фізичні відчуття, ніж зовнішній вигляд. Якщо вони почуваються незручно або невпевнено в момент фотографування, це може вплинути на сприйняття фотографій у майбутньому. Вони почуваються невпевнено у виборі поз чи руху на фотографіях. Неприйняття свого фізичного вигляду на фото ускладнює процес позитивного сприйняття. Вони мають внутрішнє уявлення про себе, яке не завжди відповідає зображенню на фотографіях. Кінестетики схильні до порівняння себе на фотографіях з тим, як вони себе відчують і виглядають у реальному житті, що може викликати дискомфорт та негативне ставлення до фото [2].

У людей зі змішаним типом сенсорних систем особисті очікування від свого вигляду на фотографіях можуть не збігатися з реальністю, що викликає розчарування та негативне ставлення до фотографій. Якщо переваги сенсорних каналів не чітко виражені, складно розібратися, що саме заважає сприймати себе на фотографіях з позитивного боку. Невдалі ракурси,

освітлення чи інші технічні аспекти справляють негативне враження від фотографій. Особисте невдоволення внутрішнім станом або зовнішнім виглядом позначається на сприйнятті фотографій. Порівняння себе з іншими людьми на фотографіях є причиною негативного ставлення до фотографій та небажання у майбутньому робити нові фото [4].

Отже, незалежно від домінуючого типу сенсорного сприйняття оточуючого світу особистостям, щоб позитивно сприймати себе на фотографіях, потрібно усвідомити, що фотографії – це моментальне відображення, а не повне уявлення про особистість. Це можуть бути просто ще один спосіб побачити себе, і варто прагнути, щоб вони приносили задоволення і показували особистість у найкращому світлі та приносили позитивні емоції.

Згідно І. С. Підгурого сучасна фотографія – це соціокультурний засіб, який формує та робить усвідомленим уявлення особистості про себе. Даний процес дискомфортний, адже побачивши себе на фото, особа змушена змінювати себе. Отже, не подобатися собі на фото в якомусь сенсі природно для людини, це стимулює її вдосконалювати себе та свою зовнішність.

На фотографіях особа постає в незвичному для неї ракурсі: фото зі спини, у профіль та інше. Якщо особистість ніколи не подобається собі на фотографіях, то це пов'язується схильністю проектувати свої переживання, сумніви, невпевненість на своє зображення, це допомагає знизити тривогу.

За фотографією можна отримати деяке уявлення про особистість, але важливо пам'ятати, що це лише миттєвий момент і не завжди передає повну картину. Вираз обличчя, поза і очі можуть дають уявлення про те, яку емоцію людина відчувала в момент фотографування. Оточення на фотографії (місце, атрибути, одяг) дають уявлення про інтереси чи хобі. Одяг, зачіска, макіяж та інші деталі візуального вигляду відбивають стиль і смаки. Нюанси фотографії підказують про те, як особа відчувала себе в момент фотографування – комфортно, впевнено, чи нервувала. Фотографія передає інформацію про те, в

якому соціальному середовищі особа найчастіше знаходиться – сімейному, професійному чи дружньому [24].

Оцінка власного зображення на фотографії – це індивідуальний та часто емоційно забарвлений процес. Особистість оцінює наскільки фотографія передає зовнішній вигляд, включаючи одяг, зачіску, макіяж та загальний стиль. Деякі особи оцінюють емоційну виразність на фотографії – посмішка, погляд та вираз обличчя. Оцінка себе на фотографії залежить від того, наскільки фотографія відповідає очікуванням або уявленню про свій зовнішній вигляд. Особистість оцінює себе на фотографії на основі своєї самооцінки – наскільки вона впевнена в собі. В залежності від ситуації в якій відбувалася фотозйомка, особа може позитивно, або негативно ставитися до цього фото. Оцінка власного фото залежить від порівняння з іншими людьми або стандартами краси, які існують у суспільстві. Ці оцінки мають суб'єктивний характер та змінюються в залежності від настрою, контексту або особистих переваг [30].

Кодування, передача емоційного стану залежить від наступних чинників: статевих, особистісних, виховання, щоб зрозуміти експресивний патерн, що виражає певний стан, необхідне знання про індивідуальні, стійкі способи реагування особистості на різні стимульні ситуації.

З погляду диспозиційного підходу основними детермінантами побудови образу виступають: аттитюди, атрибуції, установки, соціальні стереотипи, проекції спостерігача.

Згідно з диспозиційним підходом, сприйняття спостерігачем психологічних властивостей комуніканта здійснюється шляхом ментального конструювання його образу.

У конфігураційному підході як фізичні характеристики особи розглядаються інтегральні якості.

А. В. Фурман розглядаючи індивідуально-психологічні особливості людини за виразом її обличчя в різних ситуаціях сприйняття, зазначає, що: людина з квадратною щелепою сприймається як замкнена, відчужена, що має велику фізичну силу, незалежна у взаєминах, а людина з мигдалеподібними очима, які є однією з яскравих ознак жіночності сприймається як фемінінний тип, що передбачає низьку агресію. Великі очі є ознакою «дитячої особи» і, водночас, ознакою фізичної краси, при цьому люди з «дитячим обличчям» характеризуються як чесні, наївні, серцеві та добрі, що протилежно людині з маскулініними характеристиками [33].

У конфігураційному підході розглядаються просторові співвідношення між елементами особи, як один із можливих пояснень ефекту інвертованої особи. Для спостерігача невеликі зміни у відстані між рисами обличчя, зміни призводять до створення нової особи і відтак змінюється її сприйняття [33].

Розглядаючи фотографії інших людей особа мимовільно порівнює власне обличчя та фігуру з іншими людьми. Якщо в результаті такого порівняння, вони задоволені своїм виглядом, тоді вона буде виставляти власні фотографії в соціальних мережах.

Таким чином, в залежності від типу сенсорного сприйняття оточуючого світу відрізняється сприйняття себе особистістю на фотографіях. Візуали критично ставляться до свого зображення. Аудіали сприймають себе на фотографіях через звуки, які супроводжували зйомку, а вони пригадують їх під час споглядання фото. Кінестетики керуються відчуттями, при перегляді фотографії для них важливо, що саме вони відчували під час фотозйомки. У осіб зі змішаним типом сенсорних систем сприйняття фотографії залежить від різних чинників: зовнішнього вигляду, відчуттів під час зйомки та інше.

1.3. Фотографія, як спосіб сприйняття себе

Демонстрація людини в ідеальних або близьких до ідеальних позитивних обставинах є приводом для інтернет-комунікації, способом демонстрації власного існування та надання йому природи подійності. Фотографія представляється інструментом конституювання факту людського буття. Осмислення фотографії виходить на новий рівень, рівень ідентичності.

Проблематика ідентичності як пошуку координат особистісного та колективного самовизначення виявляється у центрі актуальних дослідницьких підходів. У гуманітарному дискурсі кінця ХХ – початку ХХІ століття атрибутами ідентичності все частіше виявляються: «множинність», «динамічність», «плинність», «розосередженість», «розколотість», «хиткість». Подібна нестійкість у здобутті підстав самовизначення, багато в чому впливає на затребуваність фотофіксації як зображеного в момент збереженого образу себе. Фотографія, таким чином, забезпечує поєднання фрагментарності та цілісності особистісного «Я» у соціальному бутті. Фотоідентичність – це спосіб і результат візуального самовираження особистості, що моделює константний образ себе у форматі технічного запису зображення (фотофіксації). З одного боку, фотоідентичність вписується в універсальний концептуальний каркас розробленої Е. Еріксоном теорії ідентичності, з іншого – виявляє певну унікальність проявів [30].

З точки зору Д. А. Краус особистісна ідентичність формується в процесі соціальної взаємодії, а фотоідентичність, хоч і передбачає наявність як мінімум двох акторів інтеракції – моделі та фотографа (навіть якщо і поєднаних в одному суб'єкті, але розмежованих функціонально), звернена до аудиторії вже у результуючому варіанті – власне, фотографії.

Фотографія – це факт прояву мене як іншого та дисоціація свідомості власної ідентичності. У просторі фотографії одночасно співіснують чотири «силові поля» ідентичності: інтеріорної (подання героя фотосесії про самого себе), екстеріорної (бажаний образ людини в очах аудиторії), локально-

суб'єктивної (подання себе в очах фотографа як медіатора екстеріорної ідентичності) та референтної (сприйняття себе як інструменту реалізації художнього потенціалу фотографа).

Для фотоідентичності, важлива привабливість зовнішнього відображення, що позиціонується: рівність з собою, прийнятий образ себе повинен збігатися з уявленнями про «ідеальне Я». Впізнавання себе передбачає не просто фіксацію візуальної відповідності, але потрапляння у якийсь зразок особистісного самосприйняття, навіть якщо фотообраз недостатньо відповідає характеристиці повної зовнішньої подібності. Орієнтуючись на привабливу і позитивну самопрезентацію, в ракурсі вивчення фотоідентичності навряд чи доречно міркувати про «кризу ідентичності». Хоча можливе і припущення, що подібні стани характерні за неможливості адекватного відображення «привабливого себе» на готовій фотографії.

Фотоідентичність постає як індивідуальна індивідуальність тілесного, що маніфестується, включена в ракурс публічного колективного сприйняття.

В основі фотографії поєднано два комунікативні послання – денотативне (об'єктивна фіксація об'єкта) та символічний, метафоричний аспект (коннотативна складова). Їх поєднання сприяє створенню цілісного образу, але саме символічний аспект стає визначальним компонентом особистісного спектаклю-дійства, що розігрується.

Потреба постійного оновлення фотоконтенту провокує інтерес до незвичайних локацій і подійності. Можна погодитися з тим, що сенс укладено не лише у сфотографованій події, але й у самому факті дії – події фотографування, і навіть повсякденно-побутова локація фотосесії (в домашніх інтер'єрах, на робочому місці) або її відверто антиестетичний формат (занедбані) будівлі, підвали) стають відбитою пам'яттю місця. Фотографія розглядається як ключовий об'єкт у вивченні місць пам'яті [37].

Фотографії можуть відігравати важливу роль у тому, як особистість сприймає себе. Вони захоплюють моменти повсякденного життя та можуть впливати на самовідчуття. Осистість оцінює себе через призму того, як виглядає на фото, і це може вплинути на її самоставлення. Фотографії відображають лише один момент часу, а не всю особистість чи красу. Самосприйняття залежить від багатьох аспектів, включаючи думки, почуття, і досліди, і фотографії – це лише частина цього сприйняття.

Негативне сприйняття себе на фотографіях може бути викликано порівнянням з ідеальними образами, які особистість бачить у соціальних мережах чи медіа. Важливо пам'ятати, що кожна людина унікальна і красива по-своєму, і справжня краса знаходиться в різноманітності та індивідуальності. Розвиток позитивного ставлення до себе, повага до власного тіла та особистості може допомогти змінити сприйняття себе на фотографіях та у повсякденному житті [38].

Згідно М. В. Шевченко позитивне сприйняття себе на фотографіях та бажання виставляти їх в соціальних мережах пов'язане з самоприйняттям особистості.

Позитивне сприйняття себе – це здатність бачити себе з повагою, любов'ю та приймати як позитивні, так і негативні сторони своєї особистості, тіла та життя. Це не означає ігнорування недоліків, а скоріше усвідомлене визнання своєї унікальності та цінності, незважаючи на недоліки.

Особистості з позитивним сприйняттям мають:

1. самосвідомість – усвідомлюють свої сильні та слабкі сторони без зайвого критицизму, а також вміють бути об'єктивними в оцінці себе;
2. самоповага – поважають себе і свої почуття, встановлюють здорові кордони і не допускають обмеження власних інтересів заради інших;
3. позитивне самоприйняття – приймають себе такими, якими вони є, і прагнуть кращої версії себе без надмірного порівняння з іншими людьми.

Розуміють, що кожна людина унікальна, і цінують свої індивідуальні якості [36].

Отже, позитивне сприйняття себе сприяє психологічному благополуччю, допомагає краще впоратися зі стресом та проблемами, а також підвищує рівень задоволеності життям. Це процес, який вимагає саморозвитку, саморозуміння та роботи над собою.

Самооцінка відіграє значну роль у тому, як особистість сприймає себе на фотографіях. Якщо у особистості висока самооцінка, то вона задоволена собою і своїм зовнішнім виглядом на фото.

Низька самооцінка може зробити особистість більш критичною до себе на фотографіях. При низькій самооцінці особистість переглядаючи власні фотографії може звертати увагу на недоліки, почувавши себе незадоволеною своїм зовнішнім виглядом або порівнюючи себе з ідеалізованими образами.

Самооцінка впливає самопочуття та саморозуміння, що у свою чергу відбивається на сприйнятті себе на фотографіях. Фотографії відображають лише моментальні кадри і можуть бути схильні до впливу безлічі факторів, включаючи освітлення, кут зйомки, і настроїв у момент зйомки [25].

Будь-яке відхилення самооцінки від норми призводить до формування внутрішніх та міжособистісних конфліктів як наслідок, труднощів із адаптацією у суспільстві. Позитивне сприйняття себе є найважливішим завданням у юнацькову віці. Високе оцінне судження юнаків себе є свідченням самоповаги, задоволення своєю поведінкою, рисами характеру і досягнутими результатами, а низьке – ознака самокритики і незадоволеності собою, допущених помилок, негативної оцінки управління власними емоціями та вчинками.

Підвищення низької самооцінки у юнацькову віці – це діяльність, яка потребує відповідального підходу, розуміння проблеми. Важливо не лише

підвищувати власний потенціал юнаків, а й проводити психологічну роботу щодо підвищення самооцінки [25].

Таким чином, розвиток позитивної самооцінки може допомогти покращити сприйняття себе на фотографіях, зробивши особистість толерантною до власних недоліків і допоможе цінувати свою унікальність, незалежно від того, як вона виглядає на фото.

Згідно Н. М. Кальки сприйняття себе на фотографіях у юнацькому віці може бути особливим та впливати на формування самооцінки та самоідентифікації. Молодь знаходиться в процесі самовизначення та пошуку свого місця у світі, і фотографії можуть відігравати важливу роль у цьому процесі.

Фотографії допомагають молодим людям формувати уявлення про себе. Вони можуть використовувати фото для вираження своєї індивідуальності, стилю, інтересів та приналежності до певної групи чи спільноти. У юнацькому віці, юнаки схильні до впливу ідеалів краси та моди, які можуть бути пропаговані в соціальних мережах, журналах та інших медіа. Це може чинити тиск на них з приводу того, як вони виглядають на фото та якими мають бути. Фотографії можуть впливати на самооцінку. Побачивши себе на фотографіях, юнаки можуть почати аналізувати свій зовнішній вигляд та порівнювати себе з іншими, що може вплинути на їх впевненість та сприйняття власної привабливості [11].

Юність – це час, коли молоді люди формують своє сприйняття себе і світу навколо себе, і фотографії є одним із способів вираження та самовираження у цьому процесі.

Самооцінка – це ставлення до себе, до своїх окремих якостей. Формування самооцінки відбувається на основі порівняння себе та інших.

У юнацькому віці самооцінка може бути адекватною (нормальною), заниженою та завищеною. Завищена та занижена самооцінка, саме в юнацькому віці, може бути внутрішнім конфліктом особистості.

Підвищена самооцінка може викликати у юнаків та дівчат ідеалізоване уявлення про себе. Підвищена самооцінка негативно позначається на процесі соціалізації. Така особистість не бажає визнавати своїх помилок, стає жорсткою, іноді навіть агресивною, схильною переоцінювати свої можливості.

Занижена самооцінка призводить до невпевненості, зайвої скромності, сором'язливості. Юнаки та дівчата стикаються з проблемою реалізації своїх здібностей, ставлять перед собою занижені цілі, особливо потребують підтримки оточуючих, друзів та рідних, дуже самокритичні.

Адекватна самооцінка – це самооцінка особистості, за якої свої здібності та можливості сприймаються тверезо та адекватно. Самооцінка складає центральний компонент формування особистості у юнацькому віці. Становлення самооцінки відбувається в результаті спільної діяльності та міжособистісної взаємодії. Соціальне середовище значною мірою формує самооцінку у юнацькову віці. Адекватна самооцінка сприяє налагодженню контактів з протилежною статтю, що особливо важливо для цього віку [23].

Отже, рівень самооцінки впливає на сприйняття себе особистістю юнацького віку на фотографіях. Особи з завищеною самооцінкою позитивно сприймають себе на фото, навіть, якщо вийшли на них не дуже гарно. Особи з адекватним рівнем самооцінки критично ставляться до своїх фотографій та адекватно сприймають критику оточуючих. Особистості з низькою та заниженою самооцінкою не люблять виставляти свої фотографії в соціальних мережах, тому що бояться оцінки оточуючих та їх критики.

Виразити себе через фотографію – це чудовий спосіб показати свою індивідуальність та висловити свої почуття, думки чи стиль. Різні стилі

фотографії можуть передавати різні емоції та ідеї. Фотографії можуть бути потужним способом розповісти історію або передати певний настрій. Фото можуть відображати хобі, захоплення, місця, які подобаються. Фото-знімки можуть передавати емоції та стани.

Соціальні мережі та онлайн-платформи надають простір для вираження себе через фотографії. Вираз себе у соціальних мережах – це чудовий спосіб поділитися своїми думками, ідеями, творчістю та інтересами з іншими людьми. Соціальні мережі є онлайн-платформами, які дозволяють людям створювати профілі, ділитися контентом, спілкуватися і взаємодіяти один з одним.

Соціальні мережі мають різні форми та функції, від загальних платформ, таких як Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, до спеціалізованих, спрямованих на фотографії, відео, професійні зв'язки та багато іншого. Вони стали невід'ємною частиною цифрового життя, надаючи унікальні можливості для взаємодії та спілкування.

Сприйняття себе на фотографіях може змінюватись в залежності від віку з кількох причин:

- молодість та самоідентифікація. У молодому віці, сприйняття себе на фотографіях може бути особливо чутливим до змін зовнішності. Юнаки можуть бути більш критичними до свого зовнішнього вигляду через фізичні зміни;

- етапи дорослішання. У різні періоди життя уявлення про власну зовнішність і стиль змінюються. Особистість може бачити красу в унікальності, досвіді та вираженні своєї особистості, а не лише у зовнішніх рисах;

- позитивне самосприйняття. З віком деякі люди можуть розвивати більш позитивне сприйняття про себе та свій зовнішній вигляд [2].

Кожен етап життя може вносити свої корективи у те, як особистість сприймає себе на фотографіях.

Самоприйняття – це здатність бачити себе, свої якості, дії та риси характеру з розумінням, прийняттям і без надто суворої критики. Це вміння поглянути на себе об'єктивно, не применшуючи своєї цінності через помилки чи недоліки.

На сприйняття себе на фотографіях можуть впливати різні чинники:

- емоційний стан – емоції можуть значно впливати на те, як особа сприймає свою зовнішність на фото;

- освітлення та ракурс – як світло падає на наше обличчя або тіло, а також обраний ракурс, можуть впливати на те, як особа виглядає на фото. Хороше освітлення та вдалий ракурс можуть створити вигідніші візуальні ефекти;

- рівень впевненості – самопочуття та впевненість у собі впливають на сприйняття себе на фотографіях. Якщо особа відчуває себе впевнено та комфортно, то оцінює себе на фото більш позитивно;

- ідеали краси – стандарти краси, які нав'язуються засобами масової інформації, можуть вплинути на сприйняття власної зовнішності на фото. Порівняння із цими ідеалами може впливати на самовідчуття;

- стилізація та образ – одяг, макіяж, зачіска або загальний образ на фотографії також можуть впливати на сприйняття себе. Деякі стилізації чи образи викликають більше задоволення від фотографій, ніж інші;

- особисте сприйняття – сприйняття про себе, засноване на уявленнях, переконаннях та досвіді, відіграє величезну роль у тому, як особа бачить себе на фото [16].

Отже, чинники не завжди мають об'єктивний вплив, і те, як особистість бачить себе на фотографіях, може відрізнитися залежно від контексту та ситуації.

Особистість може не виставляти свої фото в соціальних мережах через дефекти зовнішності: великий ніс, родимки на обличчі, ластовиння та ін. Любов себе не повинна залежати від зовнішніх дефектів чи недоліків. Це процес розуміння, прийняття та поваги себе цілком. Кожна людина унікальна і красива по-своєму, незалежно від зовнішності. Любов до себе починається з прийняття себе та поваги як особистості.

«Селфі» – це фотографія, зроблена самим собою, за допомогою мобільного пристрою або камери, яка утримується людиною, яка фотографується. Цей термін походить від англійського слова «selfie», утвореного від слова «self» (себе) і означає «фотографія себе». Селфі робляться в різних ситуаціях, місцях та з різними виразами обличчя або позами. Вони можуть бути зроблені для самовираження, ведення блогу, спілкування в соціальних мережах, збереження пам'ятних моментів або просто для задоволення. Селфі стали популярними завдяки широкому поширенню мобільних пристроїв з камерами та соціальним мережам, де люди діляться своїми знімками з передплатниками та друзями. Цей вид фотографії є частиною сучасної культури та впливає на способи вираження особистості та взаємодії в онлайн-середовищі.

Феномен селфі та його вплив на особистість викликав широкий інтерес та дослідження в останні роки. Селфі часто використовуються для вираження власної особистості, настрою, стилю або для уявлення себе у певному світлі перед іншими. Постійне створення та публікація селфі може впливати на самооцінку людини, особливо коли вони починають оцінювати себе на основі реакцій інших людей у соціальних мережах. Селфі можуть впливати на настрої, та емоції. Селфі стали засобом спілкування та взаємодії у соціальних мережах, де люди можуть виражати підтримку або реагувати на знімки

інших. Для деяких людей селфі стають способом підтримки та втіхи, особливо якщо вони отримують позитивні відгуки від інших користувачів. Постійне фокусування на створенні та обробці селфі може впливати на те, як людина сприймає себе та свій зовнішній вигляд [2].

З точки зору Л. О. Ляховець, А. О. Лісневської селфі – це лише один із аспектів у сучасній культурі соціальних мереж, і використання їх може сильно змінюватись в залежності від особистості людини, її цілей та мотивації [17].

Самоприйняття на фотографіях включає вміння бачити себе з позитивного боку і приймати власний образ на знімках без критики. Прийняття власного образу – необхідно починати з усвідомлення того, що кожна особистість унікальна, і немає ідеального образу. Важливо знайти те, що подобається у своєму образі на фотографіях, змінити негативні думки на позитивні. Замість фокусуватися на недоліках, слід знаходити позитивні моменти. Різноманітність фотографії допомагає побачити свою красу у різних формах. Фотографії часто не передають повну картину. Вони відображають моменти, які можуть не відображати вашого реального образу чи емоцій. Самоприйняття на фотографіях – це процес, який потребує часу та практики [13].

Позитивне мислення – це спосіб мислення, орієнтований на пошук сприятливих аспектів у житті, заохочення оптимістичного погляду на події та вміння знаходити рішення у важких ситуаціях. Здатність бачити речі з позитивного боку, навіть якщо ситуація видається важкою. Це не означає ігнорування проблем, але скоріше пошук можливостей та надії на краще. Готовність до змін та адаптація до нових обставин. Позитивне мислення допомагає розглядати зміни як можливість для зростання та розвитку. Вміння знаходити в собі внутрішні ресурси та енергію для досягнення цілей. Позитивне мислення сприяє впевненості та вірі в себе, включає вміння цінувати і бути вдячним за те, що вже є у вашому житті, навіть у дрібницях.

Замість фокусування на проблемі, позитивне мислення допомагає знаходити рішення. Це здатність бачити альтернативні варіанти та шукати шляхи до успіху [18].

Отже, позитивне мислення не означає ігнорування негативних емоцій чи ситуацій, а скоріше прагнення пошуку ресурсів і рішень навіть у складних обставинах.

Таким чином, фотографії відіграють важливу роль у тому, як особистість сприймає себе, вони можуть впливати на самовідчуття. У юнацькому віці особистість прагне виразити себе через фотографію в соціальних мережах. Вони можуть використовувати фото для вираження своєї індивідуальності, стилю та інтересів. Унікальність та творчий підхід можуть зробити фотографії особливими. Фотографії відображають індивідуальність. На фото юнаки проявляють себе через хобі, стиль та манеру виразу.

Висновки до 1 розділу

Проведений теоретичний аналіз проблеми фотографії, як способу сприйняття себе дозволив зробити наступні висновки:

1. Тип темпераменту може вплинути на те, як особистість сприймає себе. Холерики сприймають себе на фотографіях як енергійних, пристрасних та привабливих особистостей. Загалом вони віддають перевагу фото, на яких виглядають рішучими, сфокусованими і навіть владними, відображаючи свою характерну впевненість та енергію. Меланхоліки, сприймають себе на фотографіях з ретельністю та чутливістю. Вони можуть віддавати перевагу фотографіям, які передають їх внутрішній світ, щирість і глибокі почуття, ніж просто хороше фізичне враження. Флегматики, схильні до поміркованості та стриманості у вираженні емоцій, можуть сприймати себе на фотографіях з

розумінням та спокоєм. Вони схильні сприймати фотографії з помірністю і цінують фотографії, які передають їх врівноваженість і спокій. Сангвініки, як оптимісти сприймають себе на фотографіях як живавих, веселих і привабливих особистостей. Вони ставляться до фотографій із позитивом і сприймають їх як відображення своєї енергії та оптимізму. Фотографії для сангвініків є способом самовираження та прояви себе для оточуючих людей.

2. Сенсорні особливості сприйняття оточуючих людей включають різні аспекти сприйняття, які можуть змінюватись у різних людей. Візуали критично сприймають себе на фото. Поганий ракурс або освітлення можуть не передавати їх кращі риси або викликати дискомфорт при перегляді фотографії. Аудіали орієнтовані на звуки та емоції, а не на візуальні аспекти. Кінестетики орієнтуються на свої фізичні відчуття, ніж зовнішній вигляд. Якщо вони почуваються незручно або невпевнено в момент фотографування, це може вплинути на сприйняття фотографій у майбутньому. У людей зі змішаним типом сенсорних систем особисті очікування від свого вигляду на фотографіях можуть не збігатися з реальністю, що викликає розчарування та негативне ставлення до фотографій. Особливості сприйняття можуть впливати на сприйняття себе на фотографіях, взаємодії з навколишнім середовищем, розумінні інформації та взаємодії з іншими людьми.

3. Фотографія використовується для фотографування важливих подій, емоцій, пейзажів, людей та інше. Фотографія передає настрій, історію або повідомлення та служить засобом самовираження. З розвитком технологій фотографія стала доступною через мобільні пристрої та цифрові камери. Вона стала невід'ємною частиною повсякденного життя, що використовується для збереження спогадів, спілкування та самовираження. Фотографії допомагають зберегти важливі події та моменти в житті. Вони є способом висловити свою індивідуальність, стиль, емоції або думки. У світі соціальних мереж фотографії відіграють важливу роль у спілкуванні та проявленні себе іншим людям. Вони використовуються для обміну враженнями, показу свого життя, зв'язку з друзями та створення цікавого

контенту. На сприйняття себе на фотографіях можуть впливати різні чинники: емоційний стан, освітлення та ракурс, рівень впевненості у собі, ідеали краси, стилізація та образ та особисте сприйняття.

РОЗДІЛ 2

РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ФОТОГРАФІЇ, ЯК СПОСОБУ СПРИЙНЯТТЯ СЕБЕ

2.1. Методика та процедура дослідження

Вибірка досліджуваних: загальна кількість 30 досліджуваних. Вік досліджуваних 18-21 роки, студенти 2-4 курси.

Методики:

1. Особистісний опитувальник «ЕРІ» (Г. Айзенка).

Мета опитувальника – діагностика екстраверсії-інтроверсії та нейротизму.

Опитувальник містить 57 запитань, 24 з яких спрямовані на виявлення екстраверсії-інтроверсії, 24 інших – на оцінку емоційної стабільності-нестабільності (нейротизму), інші 9 складають контрольну групу запитань, призначену для оцінки щирості досліджуваного, його відношення до обстеження і достовірності результатів.

Опитувальник дозволяє виявити типи темпераменту особистості:

Холерик – екстраверт, емоційно нестійкий.

Сангвінік – екстраверт, емоційно стабільний.

Меланхолік – інтроверт, емоційно нестійкий.

Флегматик – інтроверт, емоційно стійкий.

Обробка результатів. Відбувалась за допомогою ключа.

2. Методика «Визначення провідної сенсорної системи людини».

Мета методики – виявлення провідної сенсорної системи людини.

Обробка результатів. Відбувалась за допомогою ключа. За кожну стверджувальну відповідь дослідуваний отримує 1 бал. Максимальна кількість по кожному показнику 16 балів.

3. Анкета «Фотографія, як спосіб сприйняття себе», Додаток В.

Мета анкети – виявлення сприйняття себе на фотографіях.

Авторська анкета складається з 10 запитань. Запитання закритого типу, тобто містять варіанти відповідей.

Обробка результатів. Відбувалась кількісна та якісна обробка отриманих результатів.

Дослідження екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості

Вивчення екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості проводилось за допомогою особистісного опитувальника «ЕРІ» (Г. Айзенка). Результати представлені в таблицях 2.1-2.2 та рисунках 2.1-2.2.

Таблиця 2.1

Виявлення екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості

	Показник	Кіл-ість досл.	%
Екстраверсія-інтроверсія	яскравий екстраверт	4	13,33
	екстраверт	13	43,33
	інтроверт	10	33,34
	яскравий інтроверт	3	10
Нейротизм	дуже високий рівень	3	10
	високий рівень	14	46,67
	середній рівень	8	26,67
	низький рівень	5	16,66

Переглянувши таблицю виявлення екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості, ми можемо дійти висновку, що екстраверсія (43,33%) юнаків переважає за інтроверсію (33,34%). Стосовно нейротизму, у більшості юнаків нейротизм сягає високого рівня (46,67%).

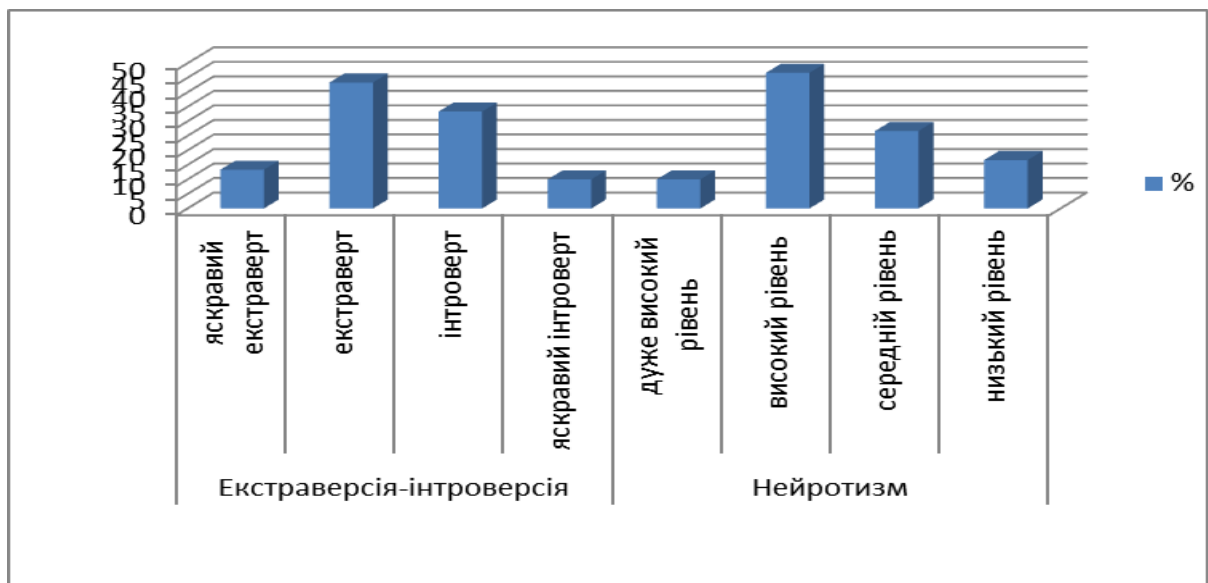


Рис. 2.1. Аналіз екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості

Як видно з таблиці 2.1 та рисунку 2.1 дослідження екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості у більшості досліджуваних юнацького віку переважає показник «екстраверсії» (43,33%).

Отримані дані свідчать про товариськість, енергійність юнаків. Вони проявляють активний інтерес до спілкування з людьми, є гарними слухачами, але їм також подобається розмовляти та підтримувати розмову. Вони отримують енергію від соціальних подій, почуваються краще, коли перебувають в оточенні інших людей. Юнаки відкриті для нових знайомств, схильні до експериментів і готові досліджувати нові ідеї та можливості.

Можуть приймати імпульсивні рішення та дії. У спілкуванні юнаки орієнтовані на зовнішній світ і можуть бути більш сприйнятливими до зовнішніх стимулів, таких як навколишнє середовище або соціальні впливи. Легко знаходять спільну мову з людьми, швидко вступають у нові соціальні групи та можуть легко адаптуватися до нових ситуацій. Швидко пристосовуються до обставин, що змінюються, завдяки своїй соціальній гнучкості і здатності швидко адаптуватися до нових умов.

Виявлений високий рівень нейротизму (46,67%). Отримані дані говорять про підвищену емоційну реактивність та чутливості до стресу, тривожності та негативних емоцій. Юнаки схильні до занепокоєння, тривоги та нервозності навіть у ситуаціях, які інші можуть сприймати як незначні. Для них властиві зміни настрою, переходи від позитивних до негативних емоцій без явної причини. Вони мають низьку стресостійкість, реакції на стресові ситуації можуть бути інтенсивними та тривалими. Сильно реагують на критику або негативні коментарі, іноді переоцінюючи їх вплив на себе.

Таблиця 2.2

Вивчення типу темпераменту особистості

Тип темпераменту	Кіл-ість досл.	%
Холерик	4	13,33
Сангвінік	13	43,33
Меланхолік	8	26,67
Флегматик	5	16,67

На Таблиці 2.2 ми можемо побачити, що серед юнаків переважна більшість володіють сангвінічним темпераментом (43,33%). Отримані дані

говорять про те, що сангвініки легко знаходять спільну мову з людьми та заводять нові знайомства.

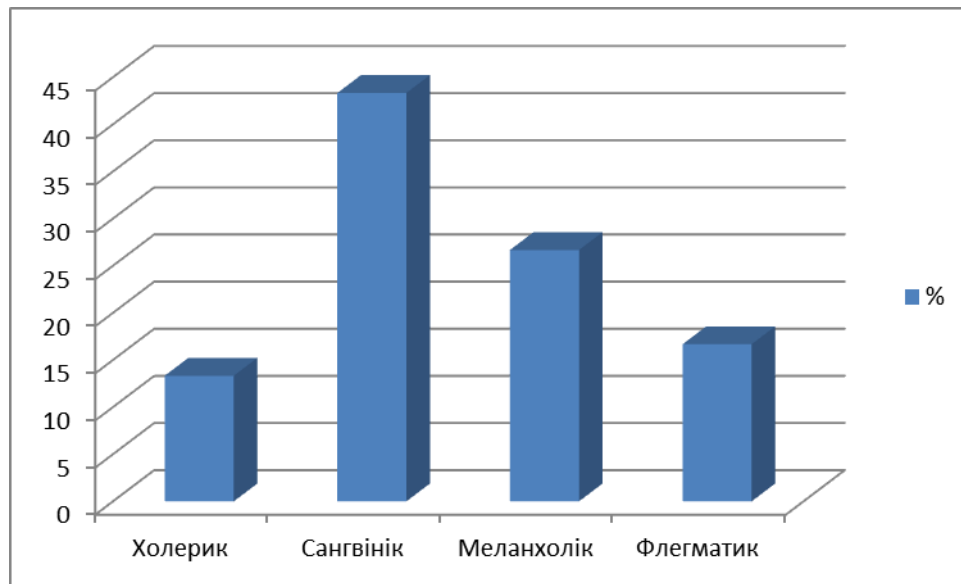


Рис. 2.2. Аналіз домінуючого типу темпераменту особистості

Як видно з таблиці 2.2 та рисунку 2.2 дослідження екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості показало, що у більшості досліджуваних юнацького віку переважає сангвінічний тип темпераменту (43,33%). Це дає нам змогу зробити висновок, що більшість юнаків є душею компанії завдяки своєму живому способу мислення та життєрадісному настрою. Вони сповнені енергії та ентузіазму до нових ідей та проєктів. Швидко запалюються і можуть надихати оточуючих своїм оптимізмом. Їх позитивний настрій допомагає їм справлятися з труднощами та підтримувати бадьорий стан духу. Іноді сангвініки можуть бути імпульсивними і приймати рішення на основі моментальних вражень, що може призвести до непорозумінь або непередбачених наслідків. Вони відкриті емоціям і здатні висловлювати свої почуття. Іноді це може спричинити швидку зміну настрою. Сангвініки люблять різноманітність та новизну, вони схильні до спонтанності та можуть швидко пристосовуватися до змін.

Таким чином, дослідження екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості у більшості досліджуваних юнацького віку переважає показник «екстраверсії». Отримані дані свідчать про товариськість, енергійність юнаків. Виявлений високий рівень нейротизму, що вказує на підвищену емоційну реактивність та чутливості до стресу, тривожності та негативних емоцій. У більшості досліджуваних юнацького віку переважає сангвінічний тип темпераменту, сангвініки легко знаходять спільну мову з людьми та заводять нові знайомства. Ці риси характеру сангвініка роблять їх привабливими та легкими у спілкуванні, але також можуть іноді призводити до деякої невизначеності у плануванні та організації.

Визначення провідної сенсорної системи особистості

Виявлення провідної сенсорної системи людини проводилось за допомогою методики «Визначення провідної сенсорної системи людини». Результати представлені в таблиці 2.3 та рисунку 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз провідної сенсорної системи особистості

Домінуюча сенсорна система	Кіл-ість досл.	%
Візуали	13	43,33
Аудіали	7	23,33
Кінестетики	10	33,34

Якщо подивитись Таблицю 2.3, можна дійти висновку, що більшість юнаків мають провідну сенсорну систему – візуальну (43,33%), а меншість – аудіальну (23,33%).

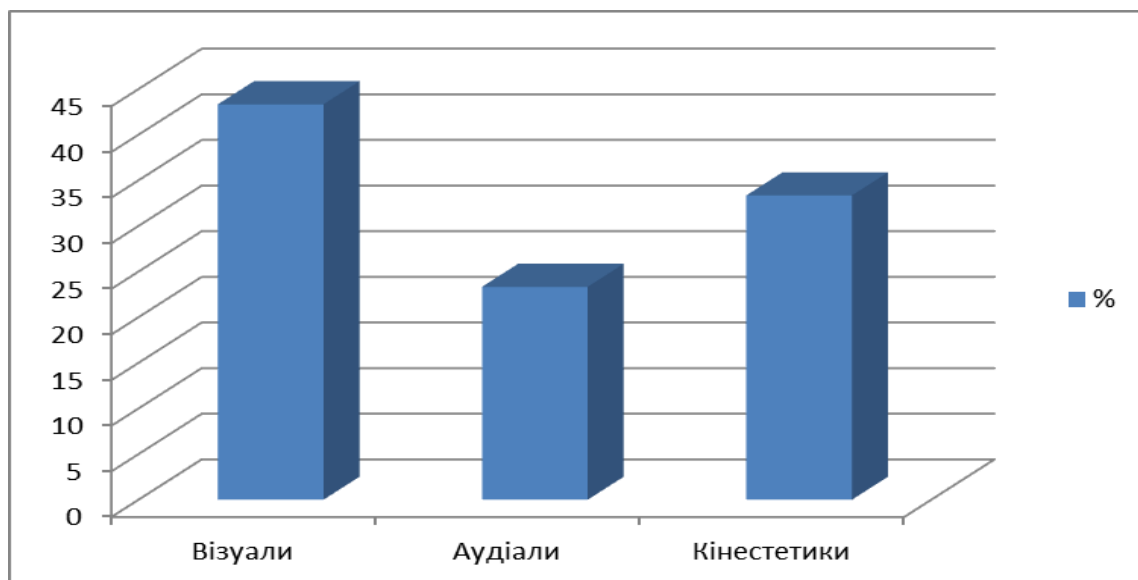


Рис. 2.3. Дослідження провідної сенсорної системи особистості

Як видно з таблиці 2.3 та рисунку 2.3 вивчення провідної сенсорної системи особистості показало, що у більшості досліджуваних переважає система візуал (43,33%). Отримані результати свідчать про те, що юнаки легко запам'ятовують інформацію, коли вона представлена у вигляді зображень, діаграм або картинок. Цінують естетику та візуальне сприйняття. Їм подобається краса, гармонія кольорів, форм та текстур. Вони мають художні здібності, що допомагає їм у вирішенні проблем, звертають увагу на деталі, помічають дрібні зміни у навколишній обстановці. Віддають перевагу інструкціям, схемам або графікам текстуальним описам. Мають розвинену просторову орієнтацію і добре орієнтуються у нових місцях.

Таким чином, візуали звертають увагу на деталі та зовнішній вигляд оточуючого світу. Візуали мають сильну візуальну пам'ять, легко запам'ятовують інформацію, коли вона представлена у вигляді зображень або схем. Віддають перевагу візуальним інструкціям і мислять образами, що допомагає їм у вирішенні проблем і розумінні складної інформації.

Дослідження фотографії, як способу сприйняття себе

Виявлення сприйняття себе на фотографіях проводилось за допомогою авторської анкети «Фотографія, як спосіб сприйняття себе». Результати представлені в таблиці 2.4 (див. Додаток В2).

Як видно з таблиці 2.4 дослідження фотографії, як способу сприйняття себе особистістю показало, що на запитання «Скільки користуєтесь соціальними мережами?» більшість досліджуваних відповіла «відвідую до 4 години на день» (56,67%). Отримані результати свідчать про незначну кількість часу, який приділяють юнаки соціальним мережам.

На запитання «Що частіше всього робите в соціальних мережах?» більшість досліджуваних відповіла «дивитися реакції друзів на власні фото» (66,67%). Отримані результати вказують на зацікавленість власним зовнішнім виглядом та тим, яке враження справляють на оточуючих людей.

На запитання «Чи виставляєте власні портрети?» більшість досліджуваних відповіла «так» (66,67%). Отримані результати свідчать про бажання виставляти фотографії на яких зображено їх обличчя. Юнаки прагнуть отримати позитивні оцінки власної особистості через фото та лайки.

На запитання «Які зазвичай частіше фотографії виставляєте» більшість досліджуваних відповіла «портрети» (66,67%). Отримані результати свідчать про легкість та доступність даного виду фотографії. Юнаки прагнуть самовиразитися через образ на фотографії.

На запитання «Чи подобається Ви собі на фотографіях?» більшість досліджуваних відповіла «скоріше подобаюсь» (40%). Отримані результати говорять про позитивне самоприйняття себе особистістю та адекватну самооцінку.

На запитання «Чи соромитеся виставляти власні фотографії?» більшість досліджуваних відповіла «ні» (86,67%). Отримані результати

свідчать про відсутність страхів та сорому відносно своєї зовнішності та того, яке враження особа справляє на оточуючих.

На запитання «Чи обробляєте фотографії перед тим, ніж розмістити їх в соціальних мережах?» більшість досліджуваних відповіла «так» (43,33%). Отримані результати вказують на бажання показати себе з кращої сторони, прикрасити себе, а отже, вказує на невпевненість у собі. Юнаки залежать від оцінки оточуючих та прагнуть отримати найвищу оцінку.

На запитання «Як Ви вважаєте, чи подобаються Ваші фотографії іншим користувачам соціальних мереж?» більшість досліджуваних відповіла «так» (50%). Отримані результати свідчать про позитивне сприйняття себе та позитивну оцінку оточуючих її фотографій.

На запитання «Чи отримували Ви дизлайки та негативні коментарії своїх фотографій?» більшість досліджуваних відповіла «ні» (43,33%). Отримані результати говорять про те, що особи виставляють найбільш привабливі та гарні фото, щоб сподобатися іншим людям та друзям. В результаті чого, вони отримують лише позитивну оцінку власної персони.

На запитання «Як Ви реагуєте на дизлайки фотографій у соціальних мережах?» більшість досліджуваних відповіла «позитивно, всім подобатися не можливо» (50%). Отримані результати вказують на те, що в ситуаціях негативної оцінки їх портретів юнаки сприймають позитивно, отже вміють критично мислити та адекватно сприймають критику інших людей.

Таким чином, дослідження фотографії як способу сприйняття себе в юнацькому віці показало, що більшість досліджуваних багато часу проводять в соціальних мережах. Полюбляють виставляти власні портрети. В більшості випадків отримують позитивну оцінку від оточуючих. Перед тим, як виставляти фотографії юнаки обробляють їх, для того, щоб отримати більш якісні та привабливі фотографії.

2.2. Отримані результати та їх аналіз

З метою виявлення взаємозв'язку між типом темпераменту, провідної сенсорної системи та сприйняття себе на фотографіях ми використовували метод рангової кореляції К. Пірсона.

З метою визначення особливостей сприйняття себе на фотографіях була розроблена та проведена анкета «Фотографія, як спосіб сприйняття себе». У дослідженні брали участь 30 досліджуваних.

З анкети видно, що 2/3 досліджуваних відвідують соціальні мережі до 4 години на день (56,67%). Отримані результати вказують на незначну кількість часу, який вони приділяють соціальним мережам.

Більшість досліджуваних у соціальній мережі дивитися реакції друзів на власні фото (66,67%). Отримання позитивних коментарів та лайків на свої фотографії формує відчуття соціального схвалення. Це позитивно впливає на самооцінку та впевненість у собі, формує позитивне сприйняття власного вигляду та зовнішності.

Досліджувані виставляють власні фото у соціальній мережі (66,67%). Публікація фотографій є способом висловити свою індивідуальність, стиль життя, захоплення та інтереси. Фотографії можуть відображати моменти їх життя, важливі події, подорожі або просто повсякденні моменти. Публікація фотографій у соціальних мережах допомагає юнакам підтримувати контакти з друзями, сім'єю та іншими членами спільноти. Це спосіб ділитися своїми переживаннями, радіощами та досягненнями з оточуючими. Публікація фотографій допомагає зберегти важливі моменти та події у житті.

Юнаки частіше всього виставляють власні портрети (66,67%). Публікація портретів може бути способом для юнаків висловити свою індивідуальність, стиль життя, емоції та настрої. Портрети допомагають створити образ себе, який особа хоче показати іншим користувачам у соціальних мережах. Портрети можуть служити способом привернути увагу

та розпочати обговорення з іншими користувачами соціальних мереж. Це може сприяти спілкуванню, обміну думками та зміцненню соціальних зв'язків.

Досліджувані подобаються собі на фотографіях (40%). Побачивши себе у вигідному світлі на фотографіях, особа відчуває задоволення та гордість за свій зовнішній вигляд. Це сприяє поліпшенню самооцінки та впевненості у собі. Бачення себе в хорошому світлі на фотографіях може допомогти особі зрозуміти свій вигляд і прийняти себе такою, якою вона є. Це може сприяти формуванню позитивного самосприйняття.

Юнаки не соромляться виставляти власні фотографії (86,67%). Отримані результати свідчать про відсутність страхів та сорому відносно своєї зовнішності.

Більшість досліджуваних обробляє фотографії перед тим, ніж розмістити їх в соціальних мережах (43,33%). Отримані результати вказують на бажання показати себе з кращої сторони. Більшість людей вважають за краще використовувати програми для редагування фотографій, щоб покращити свій зовнішній вигляд на знімках. Це може включати корекцію освітлення, колірну корекцію, видалення недосконалостей шкіри та інші зміни, які допоможуть зробити фотографії більш привабливими. Деякі люди використовують обробку фотографій, щоб підкреслити свій стиль або естетику. Це може включати застосування фільтрів, зміна насиченості кольорів або додавання ефектів, які створюють певний настрій або загальне враження від фотографії. У соціальних мережах часто створюється ілюзія ідеальності, і люди прагнуть того, щоб їх фотографії виглядали якнайкраще. Обробка фотографій може допомогти створити ілюзію бездоганності або ідеальності, яка може бути привабливою для них та їх підписників.

Досліджувані вважають, що їх фото подобаються іншим користувачам соціальних мереж (50%). Отримані результати свідчать про позитивне сприйняття себе та позитивну оцінку оточуючих їй фотографій. Отримання

позитивних відгуків та коментарів на фотографії є джерелом підтримки та мотивації та сприяє розвитку впевненості у собі та переконання у своїй привабливості. Взаємодія з іншими користувачами через фотографії сприяє зміцненню соціальних зв'язків та формуванню нових дружніх або професійних зв'язків.

Досліджувані не отримували дизлайки та негативні коментарії на свої фотографії (43,33%). Отримані результати говорять про те, що особи виставляють найбільш привабливі та гарні фото, щоб сподобатися іншим людям та друзям. Відсутність дизлайків може свідчити, що користувач перебуває у соціальному середовищі, де переважає підтримка та позитивні відносини, що створює сприятливу атмосферу для взаємодії та спілкування з іншими користувачами.

Юнаки позитивно реагують на дизлайки фотографій у соціальних мережах, оскільки вважають, що «всім подобатися не можливо» (50%). Отримані результати вказують на те, що в ситуаціях негативної оцінки їх портретів юнаки сприймають позитивно, отже вміють критично мислити та адекватно сприймають критику інших людей. Важливо зберігати спокій і не приймати дизлайки на свій рахунок. У соціальних мережах завжди будуть різні думки, і неможливо догодити всім.

Отже, дослідження фотографії як способу сприйняття себе в юнацькому віці показало, що більшість досліджуваних багато часу проводять в соціальних мережах. Полюбляють виставляти власні портрети. В більшості випадків отримують позитивну оцінку від оточуючих. Віддають перевагу обробці власних фотографій перед тим, як розмістити їх в мережі.

Кореляція проводилась між показниками методик: особистісний опитувальник «ЕРІ» (Г. Айзенка) та методика «Визначення провідної сенсорної системи людини». Отримані результати представлені в таблицях 2.5 та 2.6.

Таблиця 2.5

Виявлення взаємозв'язку між типом темпераменту, провідної сенсорної системи

Показники	Екстраверсія-інтроверсія	Нейротизм	Візуали	Аудіали	Кінестетики
Екстраверсія-інтроверсія	1	,939	-,270	,012	,057
Нейротизм	,939**	1	-,306	,099	-,001
Візуали	-,270	-,306	1	-,585**	-,374*
Аудіали	,012	,099	-,585**	1	-,329
Кінестетики	,057	-,001	-,374*	-,329	1

Примітка: * значущість при $p \leq 0,05$; ** значущість при $p \leq 0,01$.

Як видно з таблиці 2.5 кореляційний аналіз показав, що виявлений зворотній зв'язок між показниками «візуали» та «аудіали» ($r = -,585$, $p \leq 0,01$). Отримані дані свідчать про те, що якщо провідна візуальна сенсорна система, то аудіальна сенсорна система буде зменшуватися.

Виявлений зворотній зв'язок між показниками «візуали» та «кінестетики» ($r = -,329$, $p \leq 0,01$). Отримані дані свідчать про те, що якщо провідна візуальна сенсорна система, то кінестетична сенсорна система буде зменшуватися.

Таким чином, кореляційний аналіз показав, що виявлені зворотні зв'язки між показниками «візуали» та «аудіали», «візуали» та «кінестетики».

Таблиця 2.6

Виявлення взаємозв'язку між типом темпераменту, провідної сенсорної системи та сприйняття себе на фотографіях

Показники	Питання Анкети		
	6 питання	7 питання	8 питання
Екстраверсія-інтроверсія	,487*	-,164	,328
Нейротизм	,365	-,168	,347
Візуали	,015	,091	,399*
Аудіали	-,063	-,082	-,157
Кінестетики	-,026	-,156	,031
6 питання	1	-,529**	-,092
7 питання	-,529**	1	,124
8 питання	-,092	,124	1

Примітка: * значущість при $p \leq 0,05$; ** значущість при $p \leq 0,01$. Питання анкети: 6 – Чи соромитеся виставляти власні фотографії? 7 – Чи обробляєте фотографії перед тим, ніж розмістити їх в соціальних мережах? 8 – Як Ви вважаєте, чи подобаються Ваші фотографії іншим користувачам соціальних мереж?

Як видно з таблиці 2.6 кореляційний аналіз показав, виявлено прямий зв'язок між показниками «екстарверсія-інтроверсія» та 6 питання «Чи соромитеся виставляти власні фотографії?» ($r = ,487$, $p \leq 0,05$). Отримані дані свідчать про те, що екстраверти не соромляться виставляти свої фотографії в соціальних мережах, а інтроверти, навпаки, соромляться виставляти свої фотографії.

Виявлено прямий зв'язок між показниками «візуали» та 8 питанням «Як Ви вважаєте, чи подобаються Ваші фотографії іншим користувачам соціальних мереж?» ($r = ,399$, $p \leq 0,05$). Отримані дані свідчать про те, що

візуалам подабаються їх фотографії. Вони вважають, що оточуючим людям також подобаються їх фото, тому вони намагаються виставляти їх у соціальних мережах.

Виявлений зворотній зв'язок між 7 питанням анкети «Чи обробляєте фотографії перед тим, ніж розмістити їх в соціальних мережах?» та показником 6 питання «Чи соромитеся виставляти власні фотографії?» ($r=-,529$, $p\leq 0,01$). Отримані дані свідчать про те, що досліджувані, які соромляться своїх фотографій, схильні обробляти їх перш ніж виставляти в соціальні мережі.

Таким чином, кореляційний аналіз показав, що виявлено прямий зв'язок між показником «екстарверсія-інтроверсія» та 6 питання «Чи соромитеся виставляти власні фотографії?»; виявлено прямий зв'язок між показником «візуали» та 8 питанням «Як Ви вважаєте, чи подобаються Ваші фотографії іншим користувачам соціальних мереж?»; виявлено зворотній зв'язок між показником «аудіали» та показниками «візуали» та «кінестетики»; зворотній зв'язок між 7 питанням анкети «Чи обробляєте фотографії перед тим, ніж розмістити їх в соціальних мережах?» та показником 6 питання «Чи соромитеся виставляти власні фотографії?».

2.3. Практичні рекомендації з підвищення самооцінки у юнацькому віці

На основі проведеного емпіричного дослідження проблеми фотографії, як способу сприйняття себе нами були розроблені наступні рекомендації щодо підвищення самооцінки у юнацькому віці:

1. Позитивне мислення – розвивати вміння дивитися на себе та світ навколо з позитивного боку. Фокусуватися на своїх сильних сторонах та досягненнях, а не лише на недоліках.

2. Турбота про себе – приділяти увагу фізичному здоров'ю: здорове харчування, фізична активність та достатній відпочинок.

3. Розвиток захоплень – приділяти увагу хобі, це допоможе зміцнити почуття самоцінності через досягнення.

4. Постановка реалістичних цілей – необхідно ставити цілі, які реально досяжні. Поступове досягнення дрібних цілей зміцнить впевненість у собі.

5. Самокритичність – це здатність критично оцінювати та аналізувати свої дії, рішення, якості чи поведінку. Вміння спокійно сприймати критику та робити висновки щодо покращення результатів або власної зовнішності.

6. Самоприйняття – це здатність бачити, приймати і розуміти себе такою, яка є особистість, тобто з усіма своїми якостями, недоліками, перевагами та особливостями. Це усвідомлене та неупереджене ставлення до себе, яке дозволяє прийняти власну особистість та бути з нею в гармонії. Самоприйняття важливе для емоційного благополуччя, впевненості та внутрішньої рівноваги. Воно допомагає побудувати стосунки із собою та з оточуючими людьми. Підвищення самоприйняття включає роботу над самооцінкою, позитивним мисленням і розвитком самосвідомості.

7. Любов до себе. Позитивне сприйняття себе на фотографіях починається з любові до себе як людини. Потрібно проаналізувати власні сильні та слабкі сторони. Слід розвивати сильні сторони особистості. Дивлячись на власні фотографії необхідно позитивно оцінювати власний образ та намагатися полюбити себе такою, яка ви є з недоліками та перевагами. Любов до себе призводить до позитивних змін у сприйнятті себе на фотографіях.

Отже, підвищення самооцінки – це поступовий процес. Важливо бути терплячим до себе і прагнути до особистісного зростання.

Висновки до 2 розділу

На основі проведеного емпіричного дослідження проблеми фотографії, як способу сприйняття себе можна зробити наступні висновки:

1. Проведене дослідження екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості показало що у більшості досліджуваних юнацького віку переважає показник «екстраверсії». Отримані дані свідчать про товариську, енергійність юнаків. Вони проявляють активний інтерес до спілкування з людьми, є гарними слухачами, але їм також подобається розмовляти та підтримувати розмову. Вони отримують енергію від соціальних подій, почуваються краще, коли перебувають в оточенні інших людей. Виявлений високий рівень нейротизму, що свідчить про підвищену емоційну реактивність та чутливості до стресу, тривожності та негативних емоцій.. Для них властиві зміни настрою, переходи від позитивних до негативних емоцій без явної причини. Вони мають низьку стресостійкість, реакції на стресові ситуації можуть бути інтенсивними та тривалими. У більшості досліджуваних переважає сангвінічний тип темпераменту, їм притаманні такі риси: товариську, жвавість, емоційність та оптимізм.

2. Проведене дослідження провідної сенсорної системи особистості показало, що у більшості досліджуваних переважає система візуал. Юнаки легко запам'ятовують інформацію, коли вона представлена у вигляді зображень, діаграм або картинок. Цінують естетику та візуальне сприйняття. Їм подобається краса, гармонія кольорів, форм та текстур. Вони мають художні здібності, що допомагає їм у вирішенні проблем, звертають увагу на деталі, помічають дрібні зміни у навколишній обстановці.

3. Проведене дослідження фотографії як способу сприйняття себе в юнацькому віці показало, що більшість досліджуваних багато часу проводять в соціальних мережах. Полюбляють виставляти власні портрети. В більшості випадків отримують позитивну оцінку від оточуючих. Перед тим, як

виставляти фотографії юнаки обробляє їх, для того, щоб отримати більш якісні та привабливі фотографії.

4. Розроблені рекомендації щодо підвищення самооцінки у юнацькому віці: позитивне мислення, турбота про себе, постановка реалістичних цілей, самокритичність, самоприйняття та любов до себе.

ВИСНОВКИ

1. Проведено теоретичний аналіз проблеми фотографії, як способу сприйняття себе. Холерики сприймають себе на фотографіях як енергійних, пристрасних та привабливих особистостей. Меланхоліки, сприймають себе на фотографіях з ретельністю та чутливістю. Флегматики, схильні до поміркованості та стриманості у вираженні емоцій, можуть сприймати себе на фотографіях з розумінням та спокоєм. Сангвініки, як оптимісти сприймають себе на фотографіях як жвавих, веселих і привабливих особистостей.

2. Проведено емпіричне дослідження проблеми фотографії, як способу сприйняття себе. Вивчення екстраверсії-інтроверсії та нейротизму особистості виявило, що у більшості досліджуваних домінує показник «екстраверсії». Екстраверти орієнтовані на зовнішній світ, спілкування та взаємодію з оточуючим людьми. Високий рівень нейротизму, вказує на підвищену емоційну реактивність та чутливості до стресу, тривожності та негативних емоцій. Переважає сангвінічний тип темпераменту. Вони легко заводять нові знайомства та спілкуються з людьми, є душею компанії завдяки своїй живій та енергійній натурі. Сангвініки бачать світлий бік життя, навіть у складних ситуаціях. Вони відкриті емоціям і можуть виразно виявляти свої почуття. Дослідження провідної сенсорної системи особистості показало, що у більшості досліджуваних переважає система візуал. Юнаки легко запам'ятовують інформацію, коли вона представлена у вигляді зображень, діаграм або картинок. Для них характерне образне мислення, що дозволяє краще розуміти та інтерпретувати інформацію через візуальні асоціації. Візуали мають добре розвинену просторову орієнтацію і легко орієнтуються в навколишньому середовищі. Дослідження фотографії як способу сприйняття себе в юнацькому віці показало, що більшість досліджуваних багато часу проводять в соціальних мережах. Полюбляють виставляти власні портрети, обробляють фото перед тим, як їх виставити в мережі. Отримують позитивну оцінку фотографій від оточуючих.

3. Розроблено рекомендації з підвищення самооцінки у юнацькому віці. Для підвищення самооцінки важливо розвивати в собі прийняття себе. Вдосконалювати навички позитивного мислення, тобто вміння дивитися на себе та світ навколо з позитивного боку. Турбуватися про себе, приділяти увагу фізичному та психологічному здоров'ю. Розвиватися та самовдосконалюватися, приділяти час хобі. При плануванні досягнення мети, потрібно ставити реальну та досяжну мету. Ставити короткострокові завдання поступове досягнення яких допоможе досягти бажаного результату у майбутньому. Юнакиам потрібно бути самокритичними – це важливо для підняття самооцінки. Вміння спокійно сприймати критику та робити висновки щодо покращення результатів або власної зовнішності допоможе реально оцінювати результати своєї діяльності. Важливо розвивати здатність бачити, приймати і розуміти себе такою, яка є особистість, тобто з усіма своїми якостями, недоліками, перевагами та особливостями. Підвищення самоприйняття включає роботу над самооцінкою, позитивним мисленням і розвитком самосвідомості. Позитивне сприйняття себе на фотографіях починається з любові до себе як людини. Потрібно проаналізувати власні сильні та слабкі сторони. Слід розвивати сильні сторони особистості. Практикувати різні пози та вирази обличчя перед дзеркалом, чим більше фотографій, тим комфортніше особистість відчувається перед камерою. Сприйняття себе на фотографії – це суб'єктивний процес, який включає емоційні та психологічні аспекти. Для позитивної оцінки себе на фотографії важливо сприймати себе з усіма сильними і слабкими сторонами.

Перспективи досліджень: у майбутньому ми плануємо досліджувати дану проблему, можливо це буде вивчення фотографії, як способу сприйняття себе гендерний аспект.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атаманчук Н. М. Темперамент – складова професійно-творчого потенціалу студентів ЗВО. *Гуманітарний вісник Національного університету імені Юрія Кондратюка*. Вип. 1-2(7). 2020. С. 47-53.
2. Богиня Я. О., Пасько К. М. Проблема «селфі» в житті сучасної молоді. *Етнічна самосвідомість та міжетнічна взаємодія в сучасному світі : зб. наук. праць / [за ред. : Кузікової С. Б., Щербакової І. М., Пасічник Н. О.]*. Суми : Видво СумДПУ ім. А. С. Макаренка. 2016. С. 302-305.
3. Бриль Н. М. Селфі як соціально-психологічне явище. *Актуальні проблеми психології*. Т. 1. Вип. 44. 2016. С. 62-67.
4. Вацлавик О. Селфіманія, кібербулінг, шарентінг: нові виклики кіберпростору. *Інформаційна безпека в сучасному суспільстві*. №4. 2016. С. 21-22.
5. Гаврютіна М. Співвідношення тілобудови, темпераменту і характеру в теорії Е. Кречмера. *Psychological Dimensions of Culture, Economics, Management: Science Journal*. №XI. 2018. С. 89-94.
6. Головаха Є. І., Паніна Н. В. Психологія людського взаєморозуміння. К.: Україна-Інститут соціології НАН України, 2014. 223 с.
7. Диференційна психологія: підручник / За загальною редакцією академіка С. Д. Максименка. К.: Видавничий Дім «Слово», 2013. 496 с.
8. Журавльова Л. Коломієць Т., Шмиглюк О. Психологічні особливості міжособистісної взаємодії в юнацькому віці. *Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова*. Випуск 9 (54). 2020. С. 38–68.
9. Зуєв І. О., Заїка Є. В. Діагностика репрезентативних систем і структура когнітивних стратегій. *Науковий часопис НПУ імені Драгоманова М. П.* Випуск 17 (41). 2017. С. 197- 204.

- 10.Іванюха Т. В., Тупіков М. С. Функції фотоілюстрації у сучасних молодіжних виданнях. *Молодий вчений*. 2016. № 12. С. 190-192.
- 11.Калька Н. М. Феномен селфі як спосіб презентації «Я» у віртуальному просторі. *Наук. вісник Львівського держ. університету внутрішніх справ*. 2015. № 2. С. 156-164.
- 12.Кіреєва У. Психологічний аналіз Я-концепції у контексті самосвідомості. *Психологія і суспільство*. № 1. 2016. С. 120–130.
- 13.Козинцева Т., Рудич В. Феномен селфі: презентація у вічності. *Сумський державний університет*. Вип. 1 2015. С. 2-10.
- 14.Кошова І. В. Фотографія як метод дослідження у психології та соціології. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя*. № 2. 2020. С. 8-18.
- 15.Криворучко Т. І. Особливості розуміння самооцінки в сучасній психологічній науці. Тернопіль: Медсестринство. №4. 2015. С. 19-22.
- 16.Локтіонова Д. А. Фотографія як джерело соціальної інформації. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу Києво-Могилянська академія]*. Т. 225, Вип. 213. 2013. С. 21-26.
- 17.Ляховець Л. О., Лісневська А. О. Особливості самопрезентації юнаків-користувачів мережі INSTAGRAM. *Теорія і практика сучасної психології*. №1. Т.2. 2020. С. 89-94.
- 18.Неурова А. Б., Капінус О. С., Грицевич Т. Л. Діагностика індивідуально-психологічних властивостей особистості : навч.-метод. посібник. Львів: НАСВ, 2016. 181 с.
- 19.Нуркова В. В. Психологія фотографії. Культурно-історичний аналіз: навч. допомога. 2019. 473 с.

- 20.Марченко А. М. Аналіз фотографічних зображень у соціології: можливості та обмеження. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: зб. наук. пр. ХНУ імені В. Н. Каразіна*. Вип. 17. 2019. С. 255–258.
- 21.Макаренко Н. М., Павленко А. Г. Селфі як засіб самопізнання. *Збірник наукових праць Проблеми сучасної психології*. №37. 2017. С. 207-216.
- 22.Онищенко В. Професійна Я-концепція особистості: психологічні та ноологічні контексти ідентифікації. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2013. № 5. С. 145-156.
- 23.Павлюк О. Основні теоретико-концептуальні підходи до вивчення самооцінки особистості у вітчизняній та зарубіжній літературі. Чернівці: *Актуальні питання суспільних наук та історії медицини*. №4. 2014. С. 59-65.
- 24.Підгурний І. С. Сучасні тенденції розвитку технології фотографії. *Вісник ХДАДМ*. 2015. № 7. С. 15-22.
- 25.Психологія Я-концепції: методологія, теорія, структура. Хрестоматія / Упоряд. А. В. Іващенко, В. С. Агапов, І. В. Баришнікова.: К., 2015. Ч.1. 230 с.
- 26.Психологу для роботи. Діагностичні методики [Текст] : [збірник] / [уклад.: Лемак М. В., Петрище В. Ю.]. Вид. 2-ге, випр. Ужгород : Вид-во Олександрів Гаркуші, 2013. 615 с.
- 27.Саннікова О. П., Гордієнко І. О. Психологічний ресурс толерантності: самоприйняття та його функції. *Вісник післядипломної освіти*. Випуск 9(38). 2019. С. 107-123.
- 28.Саннікова О., Жень Чжун. Суб'єктивні уявлення про особливості емоційного світу іншої людини. *Наука і освіта*. №9-10. 2018. С. 106–110.

29. Суханов В. Ю. Властивість темпераменту «інтроверсія – екстраверсія»: основи класифікації та психологічна сумісність. *Young Scientist*. № 8 (48). 2017. С. 179-187.
30. Тавровецька Н. І. «Селфі» як засіб самопрезентації власного Я у молоді. *Психологічні науки Загальна психологія, психологія особистості, історія психології*. №2. 2014. С. 1-10.
31. Тимоша Ю. В. Дослідження темпераменту студентів та його значення для оптимізації адаптаційного процесу. *Миколаївський національний аграрний університет*. Вип. №11. 2020. С. 154-158.
32. Тітов І. Г. Особливості смислової структури світогляду осіб юнацького віку. *Психологія і особистість*. №2 (12). 2017. С. 168–184.
33. Фурман А. В. Психологія «Я-концепції». Львів : Новий Світ, 2019. 360 с.
34. Хохліна О. П., Чечко А. В. Особливості спілкування майбутніх психологів – екстравертів та інтровертів. *Юридична психологія*. №2(23). 2018. С. 83-96.
35. Чухрій І. В. Психологічні особливості емоційних переживань осіб юнацького віку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Вип.6. №.54-58. 2023. С. 54-58.
36. Шевченко М. В. Фототерапія як синтез методів психотерапії. *Габітус*. Вип. 25. 2021. С. 139-143.
37. Krauss D. A. Reality, photography and psychotherapy. *Phototherapy in mental health*. 2013. P. 40–56.
38. Hoskins A. Digital network memory. *Mediation, Remediation, and the Dynamics of Cultural Memory*. Berlin: W. de Gruyter. 2019. № 4. P. 91-106.

39.Risto Sarvas, David M. Frohlich. From Snapshots to Social Media. *The Changing Picture of Domestic Photography*. Springer, London. 2014. P. 23-45.

40.Stsiampkouskaya K., Joinson A., Piwek L., Stevens L. Imagined Audiences, Emotions, and Feedback Expectations in Social Media Photo Sharing. *Social Media + Society*. 2021. № 7 (3). C. 1-19.

ДОДАТКИ

Додаток А

Результати опитування за особистісним опитувальником «ЕРІ»

(Г. Айзенка) (в адаптації О.Г. Шмельова)

№	Вік	Стать	Екстраверсія-інтроверсія	Нейротизм	Шкала брехні
1	18	Ж	21	19	0
2	19	Ж	18	17	1
3	19	Ж	20	19	2
4	20	Ж	16	14	3
5	21	Ж	19	19	3
6	21	Ж	17	16	3
7	20	Ж	19	17	3
8	18	Ж	11	8	0
9	18	Ж	18	17	0
10	19	Ж	17	17	0
11	20	Ж	9	10	1
12	20	Ж	14	16	2
13	18	Ж	10		3
14	21	Ж	15	13	3
15	21	Ж	8	6	2
16	18	Ж	18	16	1
17	19	Ж	5	8	1
18	19	Ж	11	8	1
19	19	Ж	9	8	2
20	18	Ж	4	7	3
21	19	Ж	9	9	3
22	20	Ж	5	7	3

23	20	Ж	18	15	1
24	18	Ч	10	8	2
25	21	Ч	18	16	0
26	21	Ч	10	10	1
27	21	Ч	18	14	2
28	20	Ч	10	9	1
29	20	Ч	18	15	1
30	19	Ч	18	16	1

Додаток Б

Результати методики «Визначення провідної сенсорної системи людини»

№	Вік	Стать	Візуали	Аудіали	Кінестетики
1	18	Ж	16	5	8
2	19	Ж	6	16	4
3	19	Ж	16	5	6
4	20	Ж	5	16	6
5	21	Ж	5	16	9
6	21	Ж	4	6	16
7	20	Ж	16	7	8
8	18	Ж	16	10	7
9	18	Ж	11	3	16
10	19	Ж	12	5	16
11	20	Ж	16	6	6
12	20	Ж	6	16	8
13	18	Ж	7	16	9
14	21	Ж	6	16	9
15	21	Ж	16	6	10
16	18	Ж	5	16	3
17	19	Ж	16	6	4
18	19	Ж	7	8	16
19	19	Ж	16	9	10
20	18	Ж	11	10	16
21	19	Ж	10	11	16
22	20	Ж	16	9	5
23	20	Ж	16	5	10
24	18	Ч	6	6	16

25	21	Ч	8	7	16
26	21	Ч	16	8	4
27	21	Ч	9	8	16
28	20	Ч	16	9	4
29	20	Ч	16	9	4
30	19	Ч	7	9	16

АНКЕТА**«Фотографія, як спосіб сприйняття себе»**

ПІБ _____

Вік _____

Стать _____

1. Скільки користуєтесь соціальними мережами?

0 – не користуюсь;

1 – відвідую до 1 години на день;

2 – відвідую до 4 години на день;

3 – відвідую більше 4 годин на день.

2. Що частіше всього робите в соціальних мережах?

1 – передивляєтесь фотографії друзів;

2 – дивитися реакції друзів на власні фото;

3 – дивитися відео та новини.

3. Чи виставляєте власні портрети?

Так

Ні

4. Які зазвичай частіше фотографії виставляєте:

1 – не виставляю зовсім;

2 – пейзажі;

3 – портрети.

5. Чи подобається Ви собі на фотографіях?

1 – подобаюсь;

2 – скоріше подобаюсь;

3 – скоріше не подобаюсь;

4 – не подобаюсь.

6. Чи соромитеся виставляти власні фотографії?

Так

Ні

Іноді

7. Чи обробляєте фотографії перед тим, ніж розмістити їх в соціальних мережах?

Так

Ні

Іноді

8. Як Ви вважаєте, чи подобаються Ваші фотографії іншим користувачам соціальних мереж?

Так

Ні

Іноді

9. Чи отримували Ви дизлайки та негативні коментарії своїх фотографій?

Так

Ні

Іноді

10. Як Ви реагуєте на дизлайки фотографій у соціальних мережах?

1 – засмучуюсь;

2 – спокійно, мені все одно;

3 – позитивно, всім подобатися не можливо.

Додаток Г

Результати анкети «Фотографія, як спосіб сприйняття себе»

№	6. Чи соромитесь виставляти власні фотографії?	7. Чи обробляєте перед тим, ніж розмістити їх в соціальних мережах?	8. Як Ви вважаєте, чи подобаються Ваші фотографії іншим користувачам соціальних мереж?	9. Чи отримували Ви дизлайки та негативні коментарії до своїх фотографій?	10. Як Ви реагуєте на дизлайки фотографій у соціальних мережах?
1	Ні	Так	Так	Ні	3
2	Ні	Ні	Так	Ні	3
3	Ні	Так	Ні	Ні	3
4	Ні	Так	Так	Ні	3
5	Ні	Так	Так	Ні	3
6	Ні	Ні	Так	Ні	3
7	Ні	Іноді	Ні	Ні	3
8	Ні	Ні	Ні	Ні	3
9	Ні	Іноді	Так	Ні	3
10	Ні	Іноді	Так	Ні	3
11	Ні	Іноді	Так	Іноді	3
12	Ні	Так	Ні	Іноді	3
13	Ні	Ні	Іноді	Іноді	3
14	Ні	Іноді	Так	Ні	3
15	Ні	Так	Так	Ні	3
16	Ні	Так	Так	Іноді	1
17	Ні	Так	Ні	Ні	3
18	Ні	Так	Ні	Так	1
19	Ні	Так	Так	Іноді	3

20	Ні	Іноді	Іноді	Так	1
21	Ні	Іноді	Іноді	Так	1
22	Ні	Так	Так	Іноді	2
23	Ні	Іноді	Так	Так	2
24	Ні	Іноді	Ні	Іноді	2
25	Іноді	Іноді	Так	Так	2
26	Іноді	Іноді	Ні	Іноді	2
27	Ні	Так	Іноді	Іноді	2
28	Ні	Так	Іноді	Так	2
29	Так	Ні	Іноді	Так	2
30	Так	Ні	Іноді	Так	2

Додаток Д

Таблиця 2.4

Дослідження фотографії, як способу сприйняття себе особистістю

Запитання	Варіанти відповідей	Кіл-ість досл.	%
1. Скільки користуєтесь соціальними мережами?	0 – не користуюсь;	-	-
	1 – відвідую до 1 години на день;	6	20
	2 – відвідую до 4 години на день;	17	56,67
	3 – відвідую більше 4 годин на день.	7	23,33
2. Що частіше всього робите в соціальних мережах?	1 – передивляєтесь фотографії друзів;	6	20
	2 – дивитися реакції друзів на власні фото;	20	66,67
	3 – дивитеся відео та новини.	4	13,33
3. Чи виставляєте власні портрети?	Так	20	66,67
	Ні	10	33,33
4. Які зазвичай частіше фотографії виставляєте:	1 – не виставляю зовсім;	2	6,67
	2 – пейзажі;	8	26,67
	3 – портрети.	20	66,67
5. Чи подобається Вам собі на фотографіях?	1 – подобаюсь;	13	43,33
	2 – скоріше подобаюсь;	12	40
	3 – скоріше не подобаюсь;	5	16,67
	4 – не подобаюсь.	-	-
6. Чи соромитесь виставляти власні фотографії?	Так	2	6,67
	Ні	26	86,67
	Іноді	2	6,67
7. Чи обробляєте фотографії перед тим	Так	13	43,33
	Ні	6	20

тим, під розмістити їх в соціальних мережах?	Іноді	11	36,67
8. Як Ви вважаєте, чи подобаються Ваші фотографії і інші мк користувачам соціальних мереж?	Так	15	50
	Ні	8	26,67
	Іноді	7	23,33
9. Чи отримували Ви дизлайки та негативні коментарії своїх фотографій?	Так	8	26,67
	Ні	13	43,33
	Іноді	9	30
10. Як Ви реагуєте на дизлайки фотографій у соціальних мережах?	1 – засмучуюсь;	6	20
	2 – спокійно, мені все одно;	9	30
	3 – позитивно, всім подобатися не можливо.	15	50