

1. Запам'ятовування та відтворення експериментального матеріалу викликає у більшості першокласників значні труднощі, що пояснюється низьким рівнем володіння прийомами довільного запам'ятання.

2. Діти, з кращим розвитком пам'яті, здатні використовувати елементарні мнемічні прийоми, такі як поділ матеріалу на основне і другорядне, виділення опорних моментів, складання простого плану.

3. Цілеспрямоване формування у першокласників пізнавальних, загальнонавчальних дій сприяє виникненню мнемічних дій.

4. Планомірний, поступовий розвиток у школярів всіх видів пам'яті, здійснюється через застосування всього арсеналу мнемічних прийомів.

#### *Використана література:*

1. Возрастные и индивидуальные различия памяти / [З. М. Истомина, С. Г. Бархатова, В. И. Самохвалова] ; под ред. А. А. Смирнова. – М., 1967. – 300 с.
2. Психология человека от рождения до смерти / [В. А. Аверин, Ж. К. Дандарова, И. А. Зимняя, В. П. Зинченко] ; под ред. А. А. Реана. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 656 с.
3. Скрипченко О. В. Психічний розвиток учнів / О. В. Скрипченко. – К. :Радянська школа, 1974. – 104 с.

#### **Аннотація**

*В статье дан анализ особенностей развития памяти у детей младшего школьного возраста. Память у детей еще произвольная, ориентирована на интересы, они не владеют мнемическими приемами для улучшения запоминания и длительного удержания в памяти учебного материала.*

*В последующие годы память становится более произвольной, дети обучаются мнемическим приемам, возрастает объем и точность воспроизводимого материала, развиваются все виды памяти.*

*В статье показана зависимость усвоения общеучебных действий с уровнем развития памяти у детей.*

*Отмечено, что школьники, имеющие более развитые процессы запоминания и удержания учебной информации в памяти, с большей легкостью осваивают общеучебные действия.*

#### **Annotation**

*The following article analyses the characteristics of memory development among the children of primary school age. The children's memory is still involuntary and focused on interests; children aren't able to use mnemonic devices to improve memorizing and long-term memory retention of educational material.*

*During the following years the memory becomes more arbitrary, children learn mnemonic techniques, the volume and accuracy of the learnt material are increasing, all the kinds of memory are developing.*

*The article shows the correlation between the general educational activities' learning and the level of the memory development among children.*

*It is noticed that pupils who have more advanced memorizing and memory retention processes master the general educational activities.*

УДК 316.62 : 004.738.5 : 330.567.22

Сюсель Ю. В.

## **ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ ІНТЕРНЕТ-СПОЖИВАННЯ У СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ**

Процес активного розширення числа користувачів Інтернет, що пов'язаний з динамічним розвитком мережевої інфраструктури та нових технологій масових комунікацій, забезпечує якісно новий спосіб споживання, відкриває споживачеві нові можливості доступу до товарів і послуг: банківським, консультаційним, торгівельним, деяким медичним (типу діагностики). Розвиток електронних платежів забезпечив торгівлю інформаційними товарами у глобальній мережі Інтернет й тим самим змінив характер споживання.

У зв'язку з цим науковою проблемою постає соціологічне осмислення сутності Інтернет-споживання та аналіз основних підходів до його розуміння.

У науковій літературі існує поняття "екранного споживання", що означає перегляд телепередач, кінофільмів, слайдів, фотографій, читання з екрану, електронні ігри [9, с. 239]. Віртуальне споживання – це процес засвоєння "інформаційних продуктів" у результаті активного і творчого індивідуального вибору, у якому споживачі використовують доступні їм ресурси для того, щоб зрозуміти сенс символічного матеріалу, що передається у віртуальному світі [1, с. 289-290]. Споживання віртуальної реальності виступає заміщенням звичайного життя або компенсацією [4, с. 17].

Інтернет-споживання – це процес задоволення потреб індивіда у дозвіллі, інформації, контакті, купівлі, сервісі шляхом споживання через Інтернет. Споживач все більше інтегрується в Інтернет-ринок і переходить від пасивного спостерігача до активного учасника Інтернет-економіки. Інтернет-ринок став більш конкурентним та привабливим для споживача.

На наш погляд, у залежності від об'єкта дослідження, рівня аналізу, поставлених завдань та засобів

їх вирішення, виокремились наступні підходи (вектори) досліджень Інтернет-споживання: економічний, соціологічний, соціокультурний, інформаційний, постмодерністський, критичний.

Прихильники *економічного підходу* розглядають споживання як матеріальний, утилітарний процес задоволення індивідом своїх потреб [3, с. 79-85], тому споживацьку поведінку Інтернет-споживачів можна пояснити як окрему форму економічної поведінки і різновид соціальної поведінки, у якій відзначають наявність раціонального "ядра".

Поведінку "людини-споживача" у межах *соціологічної науки* почали вивчати як один з різновидів соціальної поведінки. Сучасний рівень соціологічного дослідження Інтернет-споживання як соціальної поведінки багато в чому визначається методологічними позиціями Т. Парсонса. Він вважав, що вибір діючою особою своєї поведінки відбувається в межах визначених цінностей і регулюється існуючими нормами [5]. В. Тарасенко узагальнює і систематизує дослідницькі варіанти аналізу споживання в межах соціологічного підходу і виділяє наступні: діяльнісний, системний, ціннісний, інституціональний, структурно-функціональний і стратифікаційний [7, с. 23].

У рамках *соціокультурного підходу* Інтернет-споживання розглядається як знакова, символічна інтеракція. Так, на думку Ж. Бодрійяра споживацька поведінка не може зводитися лише до володіння визначеним товаром або послугою, вона перетворюється у сферу самовираження людини, заснованого на розвитку навичок орієнтації у сучасному споживацькому ринку. Інтернет-споживання стає симуляцією, тому що об'єкт споживання втратив свій зв'язок з потребою і перетворився лише в знак цього зв'язку. Таким чином, симулятивність споживання позначає характер заміщень бажань реального знаками віртуального, коли, наприклад, гроші заміщуються кредитом (симулякром власності), а саме споживання випереджає процес виробництва.

*Інформаційний підхід* у вивченні Інтернет-споживання є методом наукового пізнання об'єктів, процесів або явищ природи чи суспільства, згідно з яким виявляються та аналізуються найхарактерніші інформаційні аспекти, що визначають функціонування і розвиток об'єктів, що вивчаються. Ще починаючи з 60-х рр. XX століття домінує розуміння споживання як інформаційного процесу. Поява всесвітньої мережі Інтернет у сотні разів збільшила швидкість обробки та передачі інформації і стала основою трансформації структури особистого споживання. Інформація перетворилася на товар, об'єкт купівлі-продажу та ринкових відносин.

У 90-ті рр. XX століття виникає нова доктрина – *постмодернізм*, фокус якої все більше спрямований на культуру і соціокультурне поле споживання. Спираючись на парадигму постмодернізму, зокрема праці М. Томаса, можна стверджувати, що представники даного підходу представляють Інтернет-споживачів ірраціональними, непослідовними, суперечливими індивідуалістами [9].

У сучасному суспільстві консюмеризм все частіше стає об'єктом критики, переосмислення і основою для практик опору, що зумовлює використання *критичного підходу* також до Інтернет-споживання. Розширення глобальної мережі споживання через Інтернет сприяло створенню небезпечної форми, відомої як культура гіперспоживацтва. Відзначимо, що Інтернет сприяє надмірному споживанню та розвитку "індустрії спокуси". Це викликає загрозу прагнення користувачів до "надмірної ситості" та привласнення того розмаїття товарів і послуг, що запропоновані на сучасному Інтернет-ринку. Тому сьогодні зростає популярність анти-консюмеристських практик: "етичне" / "зелене" споживання, "повільне" споживання, бойкоти товарів, ресайклінг, hand made тощо.

У цьому контексті набуває поширення споживання без грошей. У 1991 році відбулася чергова трансформація грошей, коли у лабораторії CERN був створений відомий всім Інтернет-протокол *www*. Таким чином, виникли електронні гроші – це одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими, крім емітента, особами і є грошовим зобов'язанням емітента. Випуск електронних грошей в Україні мають право здійснювати лише банки. Сьогодні більшість дослідників виділяє два основних види електронних грошей: 1) на основі карток (*card-based e-money*); 2) на програмній основі (*software-based e-money*) [6, с. 7].

Варто зазначити, за даними Gemius Audience (Fusion Panel) аудиторія українського Інтернету у грудні 2012 року становила близько 15,6 млн. чол. (вік, 14+). Проте, найбільш активною є група віком 25-44 роки, на яку припадає основна частина переглядів Інтернет-сторінок. Тому найбільш ймовірно, що люди саме цієї групи є потенційними Інтернет-покупцями.

У середині 2012 року Україна входила до першої десятки країн Європи за кількістю Інтернет-користувачів. В Україні користувачами Інтернету є близько третини (33%) жителів, а наприклад, за даними *internetworldstats.com* [2], в США користуються мережею Інтернет 69,6% населення країни, у Німеччині 61,3%, у Великобританії 50,3%, Франції 50,3%, Польщі 62% та в Росії 44%. У загальному 50,9% жителів ЄС користуються всесвітньою мережею.

Більшість українських користувачів Інтернет – це, так звані, кваліфіковані користувачі. Вони активно засвоюють можливості та потенціал мережі, переходячи від рівня розваг та пошуку інформації до рівня пошуку можливостей прагматичного використання нових ресурсів та зменшення власних витрат у здійсненні покупки.

Підсумовуючи, слід відзначити, що Інтернет-споживання охоплює все більше користувачів мережі Інтернет та сприяє зростанню електронної комерції в Україні. Інтернет дає можливість відшукати аудиторію, яка хоче купувати, але робити це у компактному варіанті. Тобто, основними причинами

активного використання Інтернет-технологій споживачами – це зменшення витрат при виборі та купівлі товарів чи послуг, розширення діапазону вигідних пропозицій, зручність у користуванні та здійсненні споживацького вибору тощо.

*Використана література:*

1. Девтеров І. В. Соціалізація людини у кіберпросторі : монографія / І. В. Девтеров. – К. : НТУУ “КПІ”, 2012. – 360 с.
2. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.internetworldstats.com/>
3. Зоська Я. В. Экономическая социология и социология потребления // Соціальні технології. – К. : ГУ “ЗІДМУ”, 2002. – Вип. 13. – С. 79-85.
4. Ильин В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность / В. И. Ильин // Мир России. – 2005. – № 2. – С. 3-40.
5. Парсонс Т. О структуре социального действия. – М. : Акад. Проект, 2000. – 879 с.
6. Світовий досвід і перспективи розвитку електронних грошей в Україні : науково-аналітичні матеріали. – Вип. 10 / П. М. Сениш, В. М. Кравець, В. І. Міщенко, О. О. Махаєва, В. В. Крилова, Н. В. Гришук. – К. : Національний банк України. Центр наукових досліджень, 2008. – 145 с.
7. Тарасенко В. И. Социология потребления: Методологические проблемы. – К. : Наук. думка, 1993. – 168 с.
8. Шульга М. О. Дрейф на узбіччя. Двадцять років суспільних змін в Україні. – К. : ТОВ “Друкарня “Бізнесполіграф”, 2011. – 448 с.
9. Thomas M. J. Consumer market research: does it have validity. Some postmodern thoughts // Marketing Intelligence & Planning. – Vol. 15. – 1997. – № 2. – P. 54-59.

**Аннотація**

*Новизна сучасного етапу комунікативного процесу проявляється в наявності віртуального простору та впливу цього простору на споживання. Це означає, що серед нового в суспільстві споживання особливий статус належить віртуально-мережовій реальності та Інтернет-споживанню. В статті зроблена спроба проаналізувати основні підходи до розуміння Інтернет-споживання в сучасному науковому дискусії.*

**Annotation**

*The novelty of the present stage of the communicative process manifests itself in the presence of the virtual space and its impact on the consumption space. That is, among the new consumer society in the special status belongs virtual-reality networking and Internet-consumption. The article attempts to analyze the main approaches to Internet-consumption use in the contemporary scientific discourse.*

УДК 159.98-051:159.923

**Усачова Л. В.**

## **САМОАКТУАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА**

В останні десятиліття все частіше постає питання гуманістичної спрямованості розвитку особистості. У зв'язку з цим, особливої актуальності набувають питання самоактуалізації, самореалізації, психічного здоров'я особистості, її психологічного благополуччя. Всі ці поняття в тій чи іншій мірі є синонімічними. Поняття самореалізації, самоактуалізації особистості почав використовувати в своїх роботах з психології особистості А. Адлер.

У вітчизняній психології проблема особистості і її професійного зростання представлена концепціями Б. Г. Ананьєва, К. А. Абульханова-Славської, Л. І. Анциферової, І. С. Булах, Л. В. Долинської, С. Д. Максименка, Н. І. Пов'якель, Т. М. Титаренко, Н. В. Чепелевої та ін. [1; 2; 8]. Вітчизняна психологія оперувала більш вузькими і специфічними поняттями, найбільш часто розглядаючи окремі аспекти особистісного зростання.

Поняття самоактуалізації використовується в роботах таких зарубіжних психологів гуманістичного напрямку, як К. Роджерс, Е. Фромм, А. Маслоу.

К. Роджерс вважає прагнення до самоактуалізації вродженим. Самоактуалізація – за К. Роджерсом – прагнення особистості до можливо найбільш повного вияву та розвитку своїх особистісних можливостей і здібностей.

А. Маслоу розумів самоактуалізацію як бажання людини стати тим, ким вона може стати. Самоактуалізована особистість добивається повного використання своїх талантів, здібностей та потенціалу особистості [11].

У своїй роботі ми будемо спиратися на розуміння самоактуалізації особистості з точки зору гуманістичної психології. Під самоактуалізацією ми будемо розуміти найбільш можливу і повну реалізацію особистістю власних потенціалів, стрижневу характеристику психологічного благополуччя особистості. Відмітимо, що в більшості напрямків професійної діяльності майбутнього психолога-практика підкреслюється роль фактору психічного здоров'я і психологічного благополуччя самого фахівця, але ґрунтовних експериментальних робіт з даної проблеми не так вже й багато.