

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ ІСТОРІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ
КАФЕДРА ЗАГАЛЬНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

**ФАКТОРИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖ У РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУПАХ**

**Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»**

Виконала: студентка 2 курсу 07-231М групи
Спеціальності 053 Психологія
Освітньо-професійної програми «Психологія»
Юлія ГУДІЛІНА

Керівник: к.психол.н., доцент Світлана БАБАТІНА
Рецензент: к.психол.н., доцент Наталія
ТАВРОВЕЦЬКА

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	8
1.1. Еволюція теоретичних положень Інтернет-залежності.....	8
1.2. Особливості комунікативного середовища Інтернету як базис виникнення залежності від соціальних мереж.....	16
1.3. Психологічний зміст залежності від соціальних мереж у різних вікових та гендерних групах.....	26
Висновки до першого розділу	41
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУПАХ.....	44
2.1. Опис процедури дослідження та обраних методик	44
2.2. Статистичний аналіз даних емпіричного дослідження	47
2.3. Результати дослідження та їх обговорення.....	65
Висновки до другого розділу.....	69
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74
ДОДАТКИ.....	81
Додаток А. Кодекс академічної доброчесності здобувача вищої освіти Херсонського державного університету.....	82
Додаток Б.....	84

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні однією з основних форм дозвілля представників різних вікових груп стало проведення часу в соціальних мережах. Соціальні мережі міцно увійшли в наше життя і майже замінили живе спілкування. За всесвітньою статистикою, близько 50% представників населення світу є зареєстрованими у певній соціальній мережі, а біля 10% навіть в декількох мережах відразу. Україна поки не займає перші місця в світовому списку, але це справа часу. Залежність від соціальних мереж або можливість розширювати коло знайомих приносить певну радість в життя людей. Люди думають що через соціальну мережу вони стають ближче одне до одного, але це не так. В дійсності, вони не помічають, що неусвідомлено перестають спілкуватися з людьми які знаходяться з ними в реальному житті.

Ідеї та теорії поширення і впровадження віртуальної реальності в повсякденне життя суспільства досліджували П. Альошин, В. Бабенко, І. Воронов, О. Генісаревський, Ф. Гіренюк, Л. Гримак, В. Жданов, Д. Іванов, С. Іконніков, М. Кастельс, Є. Ковалевська, І. Корсунцев, Н. Носов, Т. Носова, М. Опенков, В. Рогозін, Н. Форман, Ф. Хемміт, Е. Шаповалов, Ю. Яценко.

Дослідження у сфері виникнення та розвитку Інтернет-залежності належать Е. Бен-Артзі, Т. Больботу, О. Войсунському, І. Гамбургеру, І. Голдбергу, М. Гріффіті, Б. Єгорову, А. Жічкіній, С. Каплан, І. Котлярову, Н. Кузнєцовій, В. Лоскутовій, М. Орзак, О. Петровій, Р. Роджерс, І. Чудовій, Н. Шапірі, Л. Юр'євій, К. Янг.

Праці з організації профілактики залежної поведінки висвітлюються в працях О. Гоголева, М. Залигіна, І. Котлярова, Л. Г. Леонова, К. С. Лисецького.

Концептуальні положення вітчизняної та зарубіжної психології про розуміння змісту причин, механізмів формування, критеріїв і стадій залежної поведінки розглядали Я. Гілінський, А. Гоголева, Б. Єгоров, Ц. Короленко, В. Менделевич, Н. Мехтіханова, Г. Старшенбаум, В. Шабаліна;

Основні дослідження психологічних характеристик людей різних вікових груп, що сприяють розвитку у них залежної поведінки відображено у працях Г. Абрамова, М. Безрукова, К. Брагіна, Б. Волкова, М. Горбача, Р. Єфімкіна, С. Левікова, М. Лемешева, І. Малкіної-Пих, Л. Нефьодовської, С. П'явського, О. Хухлаєва.

Соціальні мережі відображають всі проблеми сучасного світу. У мережах є позитивні і негативні сторони. До позитивних відносяться спілкування з друзями, рідними і близькими, які знаходяться на далекій відстані, пошук нової роботи, обмін інформацією, спілкування за інтересами, знайомство з людьми з усього світу. Але з іншого боку є негативні моменти які полягають в тому, що сучасні люди все більше часу проводять в соціальних мережах на шкоду реальному життю. З'являється психологічна залежності від соціальних мереж, тобто свого роду захворювання. Необхідно шукати шляхи її вирішення, так як цей фактор є бомбою уповільненої дії в соціальній сфері. Актуальність теми зумовлена зростаючим розмаїттям соціальних мереж, яке приваблює сучасних людей, та їх згубний психологічний вплив на природу особистості.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота написана в межах тематичного плану кафедри загальної та соціальної психології, факультету психології, історії та соціології Херсонського державного університету «Соціально-психологічні виміри становлення та розвитку особистості» (державний реєстраційний номер 0119U101096).

Метою дослідження є визначення факторів психологічної залежності від соціальних мереж у різних вікових групах.

Згідно з метою дослідження нами було поставлено такі **завдання**:

1. Дослідити еволюцію теоретичних положень Інтернет-залежності;
2. Обґрунтувати особливості комунікативного середовища Інтернету в якості базису виникнення залежності від соціальних мереж;

3. Розкрити психологічний зміст залежності від соціальних мереж у різних вікових та гендерних групах, визначити ключові причини використання ними соціальних мереж та проаналізувати терміни часу перебування представників вікових груп у соціальних мережах;

4. Виявити особистісні фактори залежності від соціальних мереж у різних вікових групах та визначити найбільш психологічно залежну від соціальних мереж вікову групу і причини виникнення такої залежності.

Об'єктом дослідження є соціальні та особистісні особливості категорії психологічної залежності вікових груп користувачів Інтернету від соціальних мереж.

Предметом дослідження є фактори психологічної залежності різних вікових груп осіб, схильних до психологічної залежності від соціальних мереж.

Методи дослідження. Теоретико-методичною базою дослідження стали положення виникнення та розвитку Інтернет-залежності (Е. Бен-Артзі, О. Войскунського, І. Гамбургера, І. Голдберга, Б. Єгорова, А. Жічкіної, В. Лоскутової, М. Орзак, К. Янг), соціальної та вікової психології (Г. Абрамова, М. Безрукова, С. Левікова, Л. Нефьодовської, С. П'явського, О. Хухлаєва), теорії комунікації (К. Ховланда, П. Лазерсфельда, Г.Д. Лассуела, М. Маклюєна, У. Ліппманна, У. Шрамма). Для вирішення поставлених у роботі завдань були використані наступні методи. Для визначення соціально-демографічних характеристик, а також для виявлення ступеня активності і переваг респондентів в соціальних мережах нами використовувалася авторська анкета. Для оцінки вираженості психологічно залежної поведінки від соціальних мереж використовувалася «Шкала Інтернет-залежної поведінки Чена», в адаптації В. Малигіна і К. Феклісова. Для вивчення індивідуально-психологічних особливостей особистості був використаний 16-факторний опитувальник Кеттела (форма С), в адаптації А. Капустіної, Л. Мургулець, Н. Чумакової. З метою вимірювання рівня рефлексивності був використаний опитувальник

рефлексивності О. Карпова. Як методи математичної обробки даних використовувалися первинні описові статистики, непараметричні методи порівняння вибірок (Н-критерій Краскела-Уоллеса, U-критерій Манна-Вітні), дискримінантний аналіз.

Наукова новизна роботи полягає у доповненні теоретичних відомостей про інтернет-залежність від соціальних мереж; розширенні наукових уявлень з проблеми дослідження факторів психологічної залежності від соціальних мереж.

Практична значення одержаних результатів полягає в тому, що отримані емпіричні результати можуть бути корисні в практиці боротьби з психологічною залежністю від соціальних мереж у людей різного віку.

Апробація одержаних результатів. Результати дослідження обговорювалися на засіданні кафедри загальної та соціальної психології кафедри психології, історії та соціології Херсонського державного університету, (протокол № 4 від 02. 11. 2020 р.), а також заслуховувалися на V Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів (14 травня 2020 р.), яка проходила у Херсонському державному університеті.

Оприлюднення результатів. Зміст дослідження відображено у наукових публікаціях:

Гуділіна Ю.Ю. Психологічні особливості формування інтернет-залежності у дорослих // Соціально-психологічні технології розвитку особистості : зб. наук. праць за матеріалами V Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів (м. Херсон, 14 травня 2020 р.) / ред. колегія : А. М. Яцюк, Н. О. Олейник, В. В. Мойсеєнко та ін. – Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2020. – С. 108-110.

Гуділіна Ю.Ю. Особливості суб'єктності особистості в умовах віртуального простору соціальних мереж // Інтернет-видання Херсонського державного університету (Випуск 20, 2020 р.).

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Еволюція теоретичних положень Інтернет-залежності

Сучасне суспільство постійно висуває нові вимоги до людини і вимагає від неї швидкої адаптації до мінливих умов. Людина постійно знаходиться в інформаційному потоці, через нього кожен день проходить величезна кількість інформації. Саме людство є творцем нового інформаційного середовища, в якому кожна окрема людина не завжди може самостійно адаптуватися.

На думку Д. Белла, майбутнє інформаційне суспільство структурно і функціонально буде залежно від науки і розвитку інформаційних технологій. На його думку, розгляд інформації, як основи розвитку суспільства майбутнього, незабаром стане однією з фундаментальних основ науки. Д. Белл вказував на те, що інформація – це влада, а доступ до інформації є умовою свободи. У суспільстві майбутнього, той, хто володіє інформацією, в першу чергу управляє суспільством і всіма процесами, які в ньому протікають (Bell D.) [51].

Розглянемо поняття інформація та інформаційне середовище. В. Посохова вважає, що інформація – це певна форма буття знання, відокремленого від носія, що стала надбанням суспільства (Посохова В.) [33]. Тобто інформація, відчужуючись від свого носія, формує новий простір, а точніше – середовище свого існування і поширення.

О. Гурвич вважає, що «інформаційне середовище» – це сукупність інформаційних умов існування суб'єкта (це наявність інформаційних ресурсів та їх якість, розвиненість інформаційної інфраструктури) (Гурвич А.) [12].

Ще одне формулювання дає М. Башмаков, під інформаційним середовищем він розуміє «систему засобів спілкування з людським знанням, що служить як для зберігання, структурування і подання інформації, яка становить зміст накопиченого знання, так і для її передачі, переробки і збагачення» (Башмаков М.) [1, с. 135].

Н. Юдакова дає наступне визначення: «інформаційне середовище» – сукупність технічних і програмних засобів зберігання, обробки і передачі інформації, а також соціально-економічних і культурних умов реалізації процесів інформатизації (Юдакова Н.) [45].

В. Посохова порівнює інформаційне середовище з контейнером, в якому зберігатися інформація, якою володіє суспільство. «Інформаційне середовище створюється на основі технічних засобів, що забезпечують збір, обробку, що дозволяють зберігати і передавати письмово інформацію» (Посохова В.) [33].

Сучасне суспільство характеризується тим, що через велику кількість інформації і запитів до її отримання, вона не постає перед людиною в готовому вигляді, а вимагає генерації і комбінування. Ці процеси вимагають високої інтелектуальної культури від людини: для того, щоб читати книги, необхідно знати грамоту і вміти читати, а в сучасному суспільстві вже цього недостатньо, необхідно вміти користуватися складним технічним обладнанням, тобто планка постійно піднімається вгору і вимагає від людини все більшого розвитку для участі в обміні інформацією (Зыкова А.) [18].

Людина стала частиною нового середовища, нові технології стали частиною життя сучасної людини, яка постійно контактує з цим новим середовищем взаємодії. Виникають нові зв'язки, кібернетика стала новим середовищем, до якого людина постійно пристосовується (Олійник А.) [31].

Ключовими ознаками інформаційного середовища є його відкритість, поліморфність, надмірність, антропогенність, незворотність (Войскунский А.) [7]. Інформаційне середовище виступає складним і

багатовимірним простором, що утворюється навколо сучасної людини, який включений до інформаційних потоків, що протікають навколо нього.

З цього можна зробити висновок, що інформаційне середовище – це система і її оточення, що складаються з інформаційних потоків, відчужених від її носія, доступна для отримання за допомогою певних технічних засобів і навичок.

Можна виділити три основні етапи в розвиток інформаційного середовища: суспільство без писемності, суспільство з писемністю і сучасне інформаційне суспільство. До винаходу писемності інформація в основному зберігалася у вигляді образів, які збереглися і до наших днів у вигляді наскального живопису. З винаходом алфавіту і писемності, інформація стала зберігатися і передаватися за допомогою символів, які в закодованому вигляді передавали зашифроване в них послання. В даний час людина використовує обидві форми зберігання інформації, що дозволяє їй більш універсально використовувати накопичені знання.

Ще недавно вся інформація зберігалася на друкованих носіях, зараз же основною сферою поширення інформації стає комп'ютеризоване середовище (Дмитриева Н.) [16].

Кінцевим результатом інформаційно-комп'ютерної революції, яка відбувається в даний час, має стати створення нової інформаційної цивілізації.

Розвиток аудіовізуальних засобів трансляції інформації і, особливо, використання комп'ютерних технологій у багато разів розширило і якісно змінило потік інформації, яку споживає людина, до крайності загостривши проблему адаптації людини до цієї інформації. Особливо гостро ця проблема стоїть перед літніми людьми, яким складніше пристосуватися до нових реалій. Але існують проблеми, які в рівній мірі зачіпають все людство, гостро стоїть проблема доступності та відкритості інформації, що часто загрожує безпеці самої людини (Карабин Т.) [22].

Проблема залежності від соціальних комп'ютерних мереж в науковій літературі традиційно розглядалась в контексті вивчення Інтернет-залежності.

Вивчення проблеми Інтернет-залежності (адикції) почалося в 80-х роках ХХ століття в Сполучених Штатах Америки та країнах Західної Європи.

Американські дослідники К. Янг та психіатр А. Голдберг вважаються родоначальниками психологічного вивчення залежності від Інтернету. А. Голдбергом у 1995 р. був уперше запропонований термін «Інтернет-залежність», під яким він розумів патологічне використання комп'ютеру (PCU — pathological computer use), що чинить згубний вплив на побутову, соціальну, навчальну, професійну, сімейну, фінансову або психологічну сфери діяльності людини (Goldberg A.) [54]. Ховланд К. уточнив це визначення, зазначивши, що поняття «інтернет-залежність» включає в себе будь-який вид діяльності в мережі (Novland C.) [55].

Американський психіатр і експерт з інтернет-залежності Кімберлі Янг дала інше визначення, яке зводиться до розуміння Інтернет-адикції як проблемного використання інтернету.

В даному випадку «інтернет-залежність» виступає як широке поняття, що включає велику кількість проблем, пов'язаних з поведінкою і контролем над потягом (Винник В.) [9].

Основні п'ять типів залежності, які були виділені К. Янг в процесі дослідження, характеризуються наступним чином:

1. Киберсексуальна залежність – непереборний потяг до відвідування порносайтів і заняття кіберсексом.

2. Пристрасть до віртуальних знайомств – надмірність знайомих і друзів у мережі.

3. Нав'язлива потреба в мережі – гра в онлайн азартні ігри, постійні покупки або участі в аукціонах.

4. Інформаційне перевантаження (нав'язливий web-серфінг) – нескінченні подорожі по мережі, пошук інформації по базах даних і пошукових сайтах.

5. Комп'ютерна залежність – нав'язлива гра в комп'ютерні ігри.

Модель ACE (Accessibility, Control, and Excitement), розроблена доктором Кімберлі Янг в 1999 році, пояснює як доступність, контроль і збудження відіграють головні ролі в розвитку інтернет-залежності.

Згідно моделі, потяг до Інтернету розвивається завдяки трьом головним факторам:

1. Доступність інформації, інтерактивних зон і порнографічних зображень.
2. Персональний контроль і анонімність переданої інформації.
3. Внутрішні почуття, які на підсвідомому рівні встановлюють більший рівень довіри до спілкування в он-лайн (Young K.) [66].

Моделі подібні до цієї спрощують розуміння основних проблем і дозволяють більш ефективно планувати курс лікування.

У вітчизняній науці дана проблема стала актуальною лише наприкінці ХХ століття, у зв'язку з пізнішою комп'ютеризацією суспільства.

Сучасна теоретична розробка різних сторін феномена Інтернет-залежності здійснюється у декількох напрямках.

Філософією вивчаються теоретичні аспекти інформатизації сучасного суспільства (М. Кастельс, Б. Марков, Т. Морріс-Сузукі, Н. Рейнгард, В. Сікорський, Е. Тоффлер, М. Фасслер, А. Чугунов, Х. Шрадер та ін.) [13; 20; 21; 25; 47].

Проблеми віртуальної освіти розглядаються в сучасних дослідженнях Н. Апатова, Л. Зазнобіна, М. Фокєєва [8; 19; 32].

Вивчення місця і ролі Інтернету в системі засобів дистанційної освіти здійснюється А. Любжиним, Т. Малих, В. Монаховим [17; 30; 41].

Досліджуючи ефективність інтернет-технологій в освіті, вчені звертають увагу і на негативні наслідки їх впливу на людину.

Більшість зарубіжних досліджень (Д. Белл, А. Голдберг, В. Ліпман, М. Шоттон, К. Янг) [51; 54; 56; 63; 66] направлено на вивчення Інтернет-залежності як психологічного явища, обумовленого особливостями психіки людини, що значно «звужує» поняття Інтернет-залежності і причин її виникнення.

У вітчизняній психології проблема Інтернет-залежності досліджується рядом медичних психологів. Ознаки та симптоми комп'ютерної залежності знаходяться в полі наукових інтересів Н. Алтухова і К. Галкіна [12; 16], загальні проблеми Інтернет-залежності вивчаються О. Войськунським [8].

Інтернет-залежність як сукупність різних поведінкових залежностей аналізують Б. Єгоров і С. Ігумнов [15; 24]; взаємозв'язок соціальної ідентичності і поведінки користувачів в Інтернеті вивчають А. Жічкіна і О. Белінська [17; 20]; систематизацією ознак і стадій Інтернет-залежності займається І. Котляров [8]; класифікації та типології Інтернет-залежних людей досліджуються В. Менделевичем [36]; характеристика адиктивної поведінки як прагнення «відходу від реальності» представлена в роботах Ц. П. Короленка і Б. Г. Сігала [24]; клінічні аспекти Інтернет-залежності вивчає В. Лоскутова [29]; як поведінкова адикція Інтернет-залежність досліджується А. Гоголевою [25]. Вона визначає адиктивну поведінку як одну з форм девіантної поведінки.

К. Янг вказує, що термін «Інтернет-залежність» позначає велику кількість проблем поведінки та контролю над потягами, одною з яких є пристрасть до віртуальних знайомств – надмірність знайомих та друзів в мережі (Young K.) [66]. Н. Бородіна вважає, що Інтернет-адикції являють собою групу різних поведінкових залежностей, де комп'ютер та доступ до мережі виступає лише засобом їхньої реалізації, а не об'єктом. Серед таких залежностей автор виокремлює Інтернет-адикцію взаємовідносин, за якої адикти годинами спілкуються в чатах і таким чином замінюють реальну адикцію відносин на віртуальну (Бородіна Н.) [7]. О. Гузьман проявом Інтернет-залежності вважає

непомірне спілкування «он-лайн» з друзями в соціальних мережах та зазначають, що воно має значне поширення серед підлітків і більшою мірою характерне для дівчат та юнаків старшої вікової групи, і пов'язують це з бажанням молодих людей розширити коло спілкування, різнобічно презентувати свою особистість або скласти інший, більш привабливий, бажаний та нереальний власний образ (Гузман О.) [10].

Серед чинників, що сприяють формуванню Інтернет-залежності, дослідники називають особливості Інтернет-середовища (інтерактивність, анонімність, контрольованість, відсутність обмежень тощо), індивідуальні особливості людини (шизоїдна та нестійка акцентуації, тривожність, сором'язливість, низька комунікабельність, незадоволеність комунікативних або сексуальних потреб, занижена самооцінка тощо, орієнтація на Інтернет-субкультуру, ідеалізація Інтернету) та особливості соціальної ситуації (самотність, відсутність взаєморозуміння в родині, труднощі у взаємодії з однолітками). Так, Х. Турецька запропонувала трикомпонентну модель чинників Інтернет-залежності, згідно з якою до рівня базових передумов було віднесено соціальну ситуацію, викликану дезінтеграцією суспільства та руйнуванням традиційних форм життєдіяльності і взаємодії людей, можливості, що надає віртуальне середовище, та персоніфікацію взаємодії людини з комп'ютером; до рівня необхідних умов – наявність у схильних до цієї адикції певних психологічних особливостей (інтровертованості; високої потреби у близькому, інтимному спілкуванні та тривожності й несміливості в ситуаціях соціальної взаємодії; високого рівня абстрактного мислення, індивідуалізму, неконформності); до рівня достатньої умови – наявності позитивних настанов щодо Інтернету та негативних – щодо зовнішнього світу і власного «Я» (Турецька Х.) [39].

Згідно з дослідженнями К. Янг, небезпечними сигналами (провісниками інтернет-залежності) є:

- нав'язливе прагнення постійно перевіряти електронну пошту;
- передчуття наступного сеансу он-лайн;
- збільшення часу, що проводиться в он-лайн;
- збільшення кількості грошей, що витрачаються на Інтернет.

Ознаками присутньої інтернет-залежності, на думку К. Янг, служать такі критерії:

- всепоглиненість Інтернетом;
- потреба проводити в мережі все більше і більше часу;
- повторні спроби скоротити час користування Інтернетом;
- виникнення симптомів скасування, що завдають занепокоєння, при припинення користування Інтернетом;
- проблеми контролю часу;
- проблеми з оточенням (сім'єю, школою, роботою, друзями);
- брехня з приводу часу, проведеного в мережі;
- зміна настрою за допомогою Інтернету (Young K.) [66].

О. Камінська в якості передумов виникнення залежності від віртуальних знайомств називає почуття невпевненості у собі, низьку самооцінку, невміння встановлювати соціальні контакти (Камінська О.) [23].

Найбільш влучним поняттям Інтернет-залежності, на нашу думку, є визначення, в якому вона виступає як нав'язливе або компульсивне прагнення увійти в Інтернет, перебуваючи поза ним, і неможливість покинути інтернет, перебуваючи в мережі.

Отже, в даний час робота з дослідження Інтернет-залежності знаходиться на етапі становлення. Беручи до уваги прогнози темпів зростання поширеності Інтернету, зростання питомої ваги молоді серед користувачів мережі, формування Інтернет-залежності у чверті користувачів в перші півроку після початку роботи в Інтернеті, можна зробити висновок, що актуальним завданням

сучасної психології є вивчення тих психологічних особливостей особистості та факторів, які ведуть до формування Інтернет-залежності.

1.2 Особливості комунікативного середовища Інтернету як базис виникнення залежності від соціальних мереж

Інформаційне середовище складається із сукупності компонентів, саме з цими компонентами взаємодіє людина, а не з самим абстрактним інформаційним середовищем.

До компонентів інформаційного середовища відносяться:

- Інформаційні компоненти (телебачення, радіо, преса, інтернет, комп'ютер);
- Комунікативні компоненти (міжособистісна комунікація, стільниковий і телефонний зв'язок, інтернет) (Бородина Н.) [7].

Міжособистісні відносини знаходяться не над, не під, не в стороні, але всередині суспільних відносин, в одному ряду з ними. Не можна недооцінювати будь-який з даних рядів відносин – вони є взаємопов'язаними. Громадські та міжособистісні відносини реалізуються за допомогою спілкування. Люди завжди спілкуються в діяльності, з приводу неї.

Спілкування можна розглядати як сторону (елемент) діяльності, при цьому діяльність – це умова спілкування. Спілкування може бути самостійною діяльністю (Кулик Є.) [25]:

- комунікативна його сторона (у дітей);
- у загальному плані спілкування як вид діяльності.

Саме слово «комунікація» походить від латинського слова «communicatio», що означає «повідомлення», «передача». С. Бориснев вказує, що під комунікацією слід розуміти зумовлений соціальними обставинами певний

процес передачі, отримання і засвоєння інформації в умовах групового, особистого або масового спілкування за допомогою різних каналів комунікативних засобів (Бориснев С.) [3].

Комунікація – це процес обміну інформацією, її смисловим значенням між двома або більше людьми (Винник В.) [9].

В. Посохова вказує, що комунікація – процес перекодування вербальної в невербальну і невербальної в вербальну інформацію (Посохова В.) [33].

Роботи К. Ховланда, І. Джаніс, Х. Келлі, У. Ліппмана, П. Лазарсфельда стояли біля витоків теорії масової комунікації [52, 55, 56, 57]. Вченими була закладена основна теоретична база і розроблені базові поняття науки. Автори наступного покоління, такі як Г. Лассуел, Р. Макнейл, Г. Вардаман уточнювали і модернізували дослідницький апарат [58; 59; 60]. У їхніх роботах оцінювалася роль засобів масової інформації в суспільстві, давалося формулювання поняття «публіки», «мас», відстежувався механізм функціонування масової комунікації. Велика увага приділялася впливу комунікації на політичні процеси, поведінку виборців і політичних кандидатів. Досліджувалося використання інструментів комунікації в бізнесі та економіці в цілому. Але головний напрямок досліджень комунікації був звернений до впливу масових комунікацій на суспільство.

У процесі комунікації відбувається рух інформації та обмін емоціями між комунікатором і реципієнтом. Комунікація буває міжособистісною, внутрішньогруповою, міжгруповою і масовою. Найбільш важливою формою є масова комунікація, в процесі якої відбувається обмін інформацією між соціумом і окремими людьми. Як вважає В. Березін суть комунікації зводиться до постійної боротьби нового і старого, комунікація, яка не може досягти нового, перетворюється в замкнутий, циклічний обмін. І тільки нестандартна думка виривається з цього кола і стає імпульсом для початку інформаційної взаємодії (Березин В.) [5].

Я. Аммон вказував, що комунікація нескінченна. Кожна людина – це передавач інформації, він її отримує, виробляє і транслює (Ammon J.) [48].

Як вказує П. Лазарсфельд, сучасне суспільне життя і людські відносини неможливі без комунікації (Lazarsfeld P.) [54]. Люди постійно спілкуються один з одним, обмінюються інформацією та емоціями, без цього обміну складно уявити людське життя, і, більш того, воно фактично втрачає сенс.

У суспільстві основна роль комунікації полягає в соціалізації за допомогою передачі інформації. Цей процес передбачає зміну самого об'єкта і його поведінки (Зазнобина Т.) [19].

С. Бал-Рокич вказує, що важливим у комунікації є процес маніпулювання цінностями під впливом масової комунікації. Відбувається їх зовнішнє ранжування, людям прищеплюють чужі для них цінності намагаючись змінити їх поведінку (Ball-Rokeach S.) [49]. Часто це може призводити до когнітивного дисонансу, викликати у людини психологічні розлади і депресію (Гущина Н.) [11].

Комунікація, опосередкована комп'ютером (електронна, комп'ютерна, віртуальна, мережева, Інтернет-комунікація, англ. – computer-mediated communication) – комунікативна взаємодія людей за допомогою комп'ютерних пристроїв і мереж (локальних, Інтернет та ін.). Важливо враховувати, що це багатосторонній термін, що включає в себе наступну специфіку:

- до електронної комунікації відносяться крім комп'ютерів електронні ЗМІ, мобільні телефони, презентаційні засоби;
- хоча найпоширенішою в світі мережею, що з'єднує індивідуальні комп'ютери, є Інтернет, мережева комунікація не обмежена її межами;
- не всі документи, створювані на комп'ютерах, призначено для мережевого функціонування тощо (Жичкина А.) [17].

У сучасному інформаційному суспільстві інтернет-комунікація виступає одним з основних каналів спілкування і взаємодії між людьми. Це спілкування

акумулює в собі безліч різноманітних мовних практик, які протікають в самих різних дискусіях: академічних, рекламних, релаксаційних, педагогічних і багатьох інших (Рогов Е.) [35].

Під інтернет-комунікацією розуміється опосередковане електронним пристроєм (комп'ютер, смартфон, планшетний комп'ютер) спілкування між людьми або групою осіб, що характеризується віддаленістю комунікантів один від одного і можливістю здійснення миттєвого зворотного зв'язку, як візуального, так і письмового формату, через електронні канали передачі повідомлення (Титатренко Т.) [38].

Відмінними рисами Інтернет-комунікації є:

- загальна доступність інформації та сталість її поповнення. У сучасних умовах інформаційний простір постійно розширюється, прискорюється процес обміну інформацією, виникають нові канали її отримання;
- інтерактивність процесу комунікації, де комунікація протікає на трьох рівнях інтерактивності:
- двостороння, але не інтерактивна комунікація;
- квазіінтегративна комунікація, де одна сторона отримує повідомлення про реакцію іншої;
- повністю інтерактивна комунікація, де всі суб'єкти комунікації можуть брати участь в обміні інформацією, займаючи рівне положення (Кулик Є.) [25];
- незалежність, людина сама вирішує, коли їй потрібна та чи інша інформація, у неї немає необхідності зберігати її або чекати, коли вона буде доступна (Зазнобина Т.) [19];
- анонімність, людина може приписувати собі невласиві їй соціальні ролі і, в цілому, моделі поведінки (Козлова Л.) [20];
- необмежена доступність контактів, їх відкритість, можливість вибудовувати нові акти спілкування (Камінська О.) [23];

- виникнення нової мови спілкування, сленгу, нових комунікативних моделей (Яровая М.) [47].

Комп'ютерна комунікація залучила великі маси людей в активні процеси вербального публічного і міжособистісного спілкування, що фіксуються письмово і забезпечуються новими технологіями. У той же час Інтернет-комунікація формувалася з самого початку як культура участі, а не культура споживання (на відміну від телебачення) (Mike Z.) [61]. Важливо, що інтернет-комунікація чинить суттєвий вплив на внутрішній світ людини. Відбувається трансформація культури, у людини виникає можливість проявляти цілий спектр емоцій і ділитися цим з оточуючими (Read H.) [62].

Віртуальність обумовлює багатовимірність і поліфонічність комунікації, зокрема дозволяє реалізувати мультимедійні формати фіксації повідомлень – комплексне поєднання умовного вербально-письмового тексту-гіпертексту (англ. hypertext) і мультимедіа (англ. multimedia), тобто семіотично-рівнозначних графічних, фото-, відео-, анімаційних, аудіо- та інших елементів (Малыгин В.) [28].

Існують спроби звести спілкування до обміну інформацією і розглядати його з точки зору теорії інформації (кібернетика). Однак в процесі людського спілкування інформація видозмінюється, розвивається і формується, тому що:

1. Інтерсуб'єктний процес взаємного впливу суб'єктів, в якому беруть участь активні суб'єкти (Зыкова А.) [18]. Важлива значимість інформації для суб'єктів спілкування, вони прагнуть виробити загальний зміст.

У процес взаєморозуміння включені, як мінімум дві людини, кожен з яких – активний суб'єкт. Як він розуміє мене. Аналіз усвідомлення себе має дві сторони: ідентифікація і рефлексія (Жичкина А.) [17].

- Ідентифікація – пізнання іншого через уподібнення себе йому і емпатія – емоційний відгук на стан іншого.
- Рефлексія – усвідомлення: той, як інший розуміє мене.

2. У процесі спілкування люди можуть вплинути один на одного, змінити поведінку іншого.

3. Єдина система значень (кодифікації та декодифікації) для того, щоб розуміти один одного. У осіб, які спілкуються, повинні бути єдиними не тільки лексика і синтаксис, а й розуміння ситуації спілкування.

4. Комунікативні бар'єри соціального і психологічного характеру (наприклад, різний світогляд, політичні погляди; індивідуальні психологічні особливості – замкнутість та ін.).

Спрямованість сигналів в комунікації може мати два види:

- аксіальний комунікативний процес, коли інформація спрямована окремим людям;
- ретіальний комунікативний процес, коли інформація направлена безлічі ймовірних адресатів. В останньому випадку сигнал спрямований групі людей, що змушує їх усвідомлювати свою приналежність до даної групи. Це не просто передача інформації, але й соціальна орієнтація учасників комунікації.

До наступних психологічних особливостей Інтернет-комунікації відноситься:

- висока вербальна активність, викликана необхідністю писати або усно викладати думки;
- зникнення багатьох психологічних бар'єрів, які присутні в реальній міжособистісній комунікації;
- віддаленість людей один від одного, часто відсутність візуального або аудіального контакту;
- специфічна мова спілкування, сленг, скорочення, цитування тощо;
- анонімність, можливість видавати себе за іншу людину, безкарність, деіндивідуалізація поведінки людини;

- прояв сміливості в спілкуванні, зав'язування нових контактів, готовність спілкуватися з незнайомою людиною;
- певне збіднення емоційної системи спілкування, так як людина не буде яскраво демонструвати свої емоції, як при реальному спілкуванні (Митина О.) [29].

Поширення інформації проходить через фільтри довіри і недовіри, помилкова інформація може бути прийнята, а справжня відкинута. Це особливо важливо при Інтернет-комунікації, коли спілкування протікає опосередковано і часто нам не відомо, хто виступає нашим співрозмовником. В рамках Інтернет-комунікації людина може повністю спотворити інформацію про себе, змінити ім'я, стать, національність, видавати себе за зовсім іншу людину, приписувати те, що їй абсолютно не властиво. В Інтернет-просторі людина може експериментувати, вступати в спілкування з тими, з ким вона ніколи не наважиться розмовляти в реальному житті (Lazarsfeld P.) [57].

В Інтернет-комунікації люди починають спілкуватися новою мовою, спілкуванню притаманний монологічний характер, часто зворотна комунікація відсутня або відстрочена в часі (Жичкина А.) [17].

Спочатку Інтернет не створювався як середовище для спілкування, він швидше служив сховищем інформації, а можливість комунікації між людьми носила утилітарні цілі. Тому ми можемо говорити про технічну трансформацію Інтернету, коли цей простір став не тільки сховищем інформації з універсальним доступом до неї, а новим середовищем комунікації та обміну інформацією. Людина, включена в інтернет-взаємодію, вносить в цей простір нову інформацію, отримуючи ті дані, які для неї є значимими, таким чином, постійно здійснюється обмін інформацією. Але в інтернеті інформація приймає нову форму, виникає електронна інформація, яка циркулює в цьому інформаційному потоці і фактично відділяється від її джерела, таким чином, виникає нова електронно-соціальна реальність (Кон И.) [20].

Зараз спілкування в Інтернеті стає нормою життя людського суспільства, норми спілкування в Інтернеті стають нормами взаємодії людей в цілому. Виникають певні моделі взаємодії між людьми, формуються певні форми дій, закріплені інтернет-взаємодією (Карабин Т.) [22]. Часто зразки поведінки людей, включених в інтернет-комунікацію, можуть відрізнитися від звичних моделей, що призводить до певного зрощення Інтернету та реального середовища.

Створена віртуальна реальність являє собою світ творців і користувачів, які постійно взаємодіють, обмінюються інформацією. За останні 10 років Інтернет-середовище та комп'ютерні технології трансформувалися. На зміну простору, доступному вузькому колу програмістів, прийшло універсальне інформаційно-комунікативне середовище, яке адаптоване під будь-який вік, рівень знань, стать (Коноплицький С.) [24].

Багато людей зараз використовують Інтернет без конкретних цілей, коли у людини є вільний час, він проводить його в Інтернеті. Ще недавно таку функцію виконувало телебачення, багато людей входять в інтернет або включають телевізор не для того щоб дізнатися новини, а просто намагаються зайняти себе, просто так проводять час (Митина О.) [29].

Сучасний інтернет, як частина мас-медіа виконує ряд важливих функцій:

- носій інформації та знань різного роду;
- доступний і відкритий майданчик для взаємодії;
- посередник між різними інститутами, що забезпечує передачу інформації та її зберігання протягом довгого часу;
- опосередкована форма взаємодії між відправником і одержувачем інформації (Дмитрієва Н.) [16].

Соціальна взаємодія між людьми в Інтернет-просторі часто стикається з наявністю певних бар'єрів, які заважають протіканню комунікації, до основних бар'єрів ми можемо віднести:

- особистісні бар'єри. Це бар'єри, які пов'язані з особливістю самої особистості і часто саме ці бар'єри не дають людині вступити в реальну міжособистісну комунікацію. Але багато з таких бар'єрів можуть стиратися в Інтернет-комунікації, наприклад, якщо людина в реальному житті погано володіє мовою тіла і навичками ораторського мистецтва, то в рамках опосередкованої Інтернет-комунікації це стає не значимо. Але з іншого боку, це може породити і нові проблеми в комунікації, наприклад, вміння викладати свої думки коротко і в письмовій формі. Особистісні бар'єри можуть служити серйозною перешкодою при здійсненні комунікації на всіх рівнях спілкування.
- середовищні бар'єри. Виникають з особливостей Інтернет-середовища, в багатьох сегментах Інтернет-середовища можуть виникати специфічні форми спілкування і мережевого етикету. Людина, не знайома з цими нормами, не може відразу включитися в дане інформаційне середовище. Прикладом є форум з будь-якої комп'ютерної гри, де гравці можуть використовувати специфічний сленг і терміни.
- технологічні бар'єри. Вони пов'язані з умінням людини користуватися сучасними засобами комунікації, наприклад, швидко друкувати, вміти вставляти картинки, поділитися посиланням. Якщо людина погано володіє даними навичками, її співрозмовники можуть відмовитися від спілкування з нею, так як їм доводиться довго чекати відповіді (Howland C.) [55].
- «зіткнення цивілізацій». У сучасному інформаційному середовищі фактично зруйновані межі спілкування, людина може листуватися і контактувати з людьми по всьому світу, тому в даний час все гостріше постає проблема міжкультурних відмінностей і різниці світогляду. Це може виступати бар'єром в спілкування між людьми і служити ще одним джерелом зіткнення між цивілізаціями (MacNeil R.) [59].

Визначено низку факторів, які роблять Інтернет привабливим як засіб ухилення від реальності та отримання задоволення. Перший з них – це відхід у віртуальну реальність. Бурхливе життя в мережі легко замінює реальне існування: люди там закохуються, сваряться, радіють і хвилюються легше і частіше, ніж в «реалі». Інтернет замінює реальне життя. Особливо це важливо для тих людей, життя яких з різних (зовнішніх або внутрішніх) причин є міжособистісно збідненим. А в мережі є ексклюзивна можливість пошуку нового співрозмовника, який відповідає будь-яким критеріям. Важливо відзначити, що немає необхідності утримувати увагу однієї людини, тому що в будь-якій момент можна знайти нову. Віртуальна реальність характеризується тим, що людина сприймає і переживає її не як породження свого власного розуму, а як об'єктивну реальність. У мережі існує можливість створення нових образів «Я», оригінальних варіантів самопрезентації, втілення уявлень, та/або фантазій, неможливих у повсякденному житті. Частіше всього це кіберсекс, рольові ігри в чатах, різні варіанти подання ідентичності та соціальних ролей. В Інтернеті існує можливість анонімних соціальних інтеракцій. Особливе значення має відчуття безпеки при їх здійсненні, включаючи використання електронної пошти, месенджерів тощо. Використовуючи Інтернет, людина може включатися в різні віртуальні соціальні ланки і, як наслідок, має можливість отримання будь-якого соціального статусу (пошук самоствердження). Цей фактор має велике значення для тих, хто не зміг досягти бажаного становища в суспільстві в реальному житті. Аналіз різних форм спілкування в Інтернеті дозволяє зробити висновок про те, що Інтернет, завдяки своїм особливостям, є зручним засобом для вивчення ідентичності.

Наразі інтернет-залежність є соціокультурною проблемою. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, масова споживча культура, соціально-політичні та економічні трансформації, а також наслідок високих темпів таких змін, як зміна установок і цінностей, призводять до появи

девіантних форм поведінки. Серед них – феномен Інтернет-залежності, що набуває значних масштабів.

1.3. Психологічний зміст залежності від соціальних мереж у різних вікових та гендерних групах

Одним з найбільш популярних сучасних комунікативних середовищ Інтернету є соціальні мережі, що привертають увагу користувачів доступністю та зручністю різноманітних комунікативних сервісів. Проведений нами теоретичний аналіз філософських, психологічних і педагогічних джерел показав недостатню вивченість проблеми поведінкових залежностей, особливо у сфері соціальних мереж.

Соціальні мережі – це певні соціальні групи (спільноти) для пошуку і спілкування людей за спільними інтересами. До появи соціальних мереж в Інтернеті суспільство прийшло досить закономірно. Спочатку розвивалися засоби передачі коротких повідомлень, а потім люди на цьому місці створили спільноти за інтересами.

Поняття «соціальна мережа» з'явилося ще 1954 році і нічого спільного з Інтернетом, звичайно, не мало, а вивчати це явище почали ще в 30-ті роки минулого століття. Поняття ввів соціолог Джеймс Барнс: «соціальна мережа» – це соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), і зв'язків між ними (соціальних взаємин). Якщо говорити простішою мовою – це певна група знайомих людей, де сама людина є центром, а її знайомі гілками. Між усіма членами мережі є двосторонні або односторонні зв'язки. Наприклад, це може бути група однокурсників, в якій якийсь Джек є центром, а Білл і Катрін його знайомими (гілками).

Поступово наукова концепція набувала популярності, спочатку в розвинених капіталістичних країнах, потім і в східній Європі. У міру розвитку

суспільства ми прийшли до інформаційного століття, в якому створили масу видів комунікації, що спричинило за собою стрибок у розвитку соціальних мереж, і зараз ця наукова концепція використовується повсюдно.

Першою соціальною мережею з використанням комп'ютерної техніки стала технологія електронної пошти в далекому 1971 році, яка використовувалася військовими в мережі ARPA Net.

Далі, в 1988 році, фінським студентом Ярко Ойкаріненем була винайдена технологія «IRC» (англ. Internet Relay Chat – ретранслюваний інтернет-чат), який дозволяв спілкуватися в реальному часі (Tajfel H.) [23].

Знаковою подією став винахід Інтернету, який став публічним у 1991 році, завдяки британському вченому Тіму Бернерс-Лі (Mehroof B.) [60].

У 1995 році Ренді Конрадом була створена Classmates.com – перша соціальна мережа в сучасному розумінні. Концепція виявилася дуже затребуваною, і з цього року починається бурхливий розвиток соціальних мереж в Інтернеті. Сьогодні ця мережа досі залишається однією з найпопулярніших у світі і налічує понад 50 млн. користувачів (Гузьман О.) [10].

У 2004 з'являється Facebook, який за кілька років стає найпопулярнішою в світі соціальною мережею. У ньому використовується все той же механізм спілкування, трохи в іншій площині, що призводить до революції в цій області. Кількість активних користувачів на середину 2020 року – понад 1,5 млрд.

У вересні 2005 року Тім О'Рейлі робить ідеологічний переворот, вводячи поняття «Веб 2.0» у своїй статті «Tim O' Reilly – What Is Web 2.0», яке описує сучасний Інтернет. Одну з центральних частин нової концепції займають саме соціальні мережі (Chen Quiang) [52].

У 2008 році з'являється проєкт Groupon – сервіс колективних знижок, який з одного боку ґрунтується саме на принципі соціальних мереж (зв'язок своїх знайомих і отримай загальну знижку), а з іншого боку використовує соціальні зв'язки дуже поверхово (тільки для покупок). Сервіс з'єднує спілкування і

бізнес, що з упевненістю можна назвати новим рівнем розвитку соціальних мереж в Інтернеті, який поєднує онлайн і офлайн світи.

За останні кілька років роль соціальних мереж різко збільшилася. Ще 5-10 років тому в соціальних мережах були зареєстровані лише одиниці, в даний час важко знайти людину, яка не чула про соціальні мережі. Соціальна мережа – це один з найбільш відвідуваних видів сайтів в Інтернеті ХХІ-го століття. Соціальні сайти стали надзвичайно популярні у всьому світі, кількість соціальних мереж і онлайн-користувачів зростає безперервно кожен день.

У сучасному Інтернеті багато різних соціальних мереж. Для впорядкування можна вивести певну їх класифікацію.

За типом:

- Особисте спілкування (Classmates.com);
- Ділове спілкування (LinkedIn);
- Розваги (MySpace);
- Відео (YouTube);
- Аудіо (Last.fm);
- Фото (Flickr);
- Геолокація (Foursquare);
- Покупки (Groupon);
- Блогінг (Tumblr);
- Новини (Reddit);
- Питання-відповідь (Answers.com);
- Закладки (Delicious);
- Віртуальні світи (Second Life);
- Тематичні (Slashdot).

За доступністю:

- Відкриті (Facebook, Instagram);

- Закриті (PlayboyU);
- Змішані (VK).

По регіону:

- Світ (hi5);
- Країна (Qzone);
- Територіальна одиниця;
- Без регіону (InterNations).

Найцікавіша класифікація соціальних мереж – це за типом, тут є багато різних проектів з різним типом контенту і для різних цілей, кожен з яких зайняв свою нішу. Якщо проаналізувати цю класифікацію, не складно прийти до висновку, що зараз соціалізовані вже всі основні тематики в мережі, незалежно від типу контенту, бурхливий розвиток триває тільки в окремих нішах, в яких активно з'являються тематичні соціальні мережі. Остання група в класифікації «тематичних» мереж приховує в собі величезну кількість спільнот, кожна з яких ґрунтується на тематичному контенті і спілкуванні.

Другий тип класифікації показує, на скільки мережі доступні. Зараз переважна більшість мереж повністю відкриті для зовнішнього світу, за що їх активно критикують користувачі, але з іншого боку їм це дуже вигідно. Деякі проекти не націлені на публічність через свою бізнес-модель, тому вони спочатку створювалися закритими. Змішані мережі зазвичай розвиваються погано: їх завдання часто набрати максимум популярності, як і у відкритих, однак, користувачі не звикли до бар'єрів і тому неохоче стають учасниками мереж даного типу.

Остання градація – по географічному регіону – найпростіша і очевидна: спочатку з'явилися світові гіганти, які прали фізичні кордони, трохи пізніше почали розвиватися мережі в окремих регіонах, часто копіюючи повністю або частково світових гігантів, але з ухилом на свій регіон. З розвитком Інтернету

поступово стали з'являтися мережі навіть по окремих містах. Також варто згадати мережі, які прив'язуються не до регіону, а до організації, наприклад, соціальні мережі корпорацій або політичних партій.

Користувачі багатьох соціальних мереж обчислюються вже мільйонами і щодня реєструються кілька десятків нових користувачів. Сучасна людина інтегрована в соціальні мережі, вони допомагають людині розвивати комунікативні, професійні, поведінкові характеристики (Березин В.) [5].

У сучасних умовах ми можемо говорити про вплив інформаційних мереж на процес соціалізації людини в цілому. Наприклад, А. Зикова у своїй роботі вказує на вплив інформаційних мереж на професійну соціалізацію фахівців. Зараз в мережі Інтернет створюється велика кількість професійних спільнот і груп, в яких спілкуються і взаємодіють різні фахівці, вони діляться досвідом, обговорюють актуальні теми, вступають в нові контакти. За рахунок цих контактів здійснюється професійне зростання фахівців, вони виходять на новий рівень спілкування та взаємодії (Зыкова А.) [18].

О. Войськунський вказує на певну трансформацію спілкування в умовах електронної комунікації. Якщо реальне спілкування найчастіше протікає як усне мовлення, то в електронному спілкуванні переважає письмова мова. У реальному спілкуванні люди частіше контактують з уже знайомими людьми, а в електронному спілкуванні часто спілкуються з абсолютно не знайомими людьми (Войскунский А.) [8].

Соціальні мережі чинять великий вплив на соціалізацію підлітків, в сучасному світі людина все швидше в процесі свого розвитку включається в процес спілкування в соціальних мережах. Сучасні підлітки все більше починають спілкуватися в соціальних мережах, таким чином, відбувається їх інтеграція з суспільством, вони включаються в процес обміну інформацією. Часто підлітки можуть навмисно змінювати свій вік, користуючись анонімністю Інтернет-комунікації, що призводить до того, що процес їх включення в

суспільство прискорюється, вони приміряють для себе нові соціальні ролі набагато швидше (Lasswell Н.) [58]. При цьому важливим стає те, як поведуться батьки в умовах включення підлітка в інформаційне середовище. Часто батьки самі не знають, які сайти відвідують їхні діти, з ким вони спілкуються в інтернеті, що може загрожувати здоров'ю психіки дітей та їх безпеці. Тому зараз дуже важливо підвищувати цифрову грамотність і цифрову компетентність. Батьки повинні вміти відстежувати, які сайти відвідувала дитина, з ким вона спілкується, що їй пишуть, для того, щоб вчасно надати допомогу і припинити небажане спілкування (Чепелева Н.) [43].

Незважаючи на те, що у людей з'явилася можливість більше спілкуватися, на жаль, вони стали рідше зустрічатися один з одним. Люди стали забувати про живе, реальне спілкування. Залежність полягає в тому, що користувач вже відвикає від реального спілкування, він більше звикає до віртуального спілкування. Особливо схильні до впливу соціальних мереж підлітки, у яких часто може виробитися залежність, а відсутність доступу до Інтернету може викликати перепади настрою або агресію. Адже віртуальне спілкування є набагато простішим ніж реальне, можна просто написати повідомлення і відправити його. Користувачеві не потрібні міміка, емоції. Залежна людина стає більш дратівливою і замкнутою. Вона не може уявити собі жодного дня без відвідування сторінки, метою чого є знаходження там якихось змін, поспішає поділитися незначними новинами.

Система освіти також схильна до впливу інформаційних технологій, зараз це не міжособистісний обмін учень-вчитель, а частина загального соціального процесу (Данько Ю.) [13]. Джерела інформації розширилися, що вимагає розширення обсягу знань, ускладнення інформаційного обміну, виникнення нових форм спілкування. Комунікація в навчальному процесі ставати більш ускладненою. Виникають нові ролі і транслюються абсолютно нові цінності,

кожній зі сторін спілкування необхідно адаптуватися і пристосовуватися до нового комунікативного середовища.

Зараз інтернет-комунікація стає зручним простором для різних досліджень, виникають нові грані взаємодії між людьми, створюються умови для нових досліджень можливостей Інтернет-комунікації (Юдакова Н.) [45]. Майбутнє людства багато в чому розглядається саме в контексті інтернет-взаємодії і нових форм спілкування.

Існує певна специфіка використання соціальних мереж та Інтернет-комунікації в різних вікових та гендерних групах.

За даними, що наводяться О. Мітіною, жінки більш тривожно і насторожено сприймають електронне спілкування, проте саме жінки компенсують свою самотність за допомогою Інтернет-спілкування більш активно, ніж чоловіки (Митина О.) [29]. І цей висновок цілком узгоджується з результатами, отриманими при звичайній безпосередній комунікації: для жінок спілкування є більш значущим, ніж для чоловіків. Є. Рогов вважає, що товариськість у жінок розвинена вище, жінки можуть довго обмінюватися одна з одною емоціями в комунікації, в той час як чоловіки більш схильні передавати точну інформацію, а не ділитися своїми емоціями (Рогов Е.) [35].

У своєму дослідженні І. Якоба вказує, що у сучасній Інтернет-комунікації все більше стираються межі гендеру. Це в першу чергу пов'язано з тим, що людина в Інтернет-комунікації може приписати собі будь-яку стать і спілкуватися від будь-якої особи. Хоча є певні атрибути і манера спілкування, яка приписується саме статі людини (Яровая М.) [47].

Жінки, як інтернет-користувачі, відрізняються від чоловіків за соціально-демографічними та психологічними характеристиками. Жінки в інтернеті більше цікавляться культурною, побутовою, освітньою інформацією, рідше, ніж чоловіки, переглядають новини та технічну інформацію. Жінки частіше, ніж чоловіки, використовують Інтернет для спілкування. В цілому існують чіткі

відмінності в інтернет-поведінці у чоловіків і жінок, розрізняються мова спілкування, фрази, позначення емоційної забарвленості повідомлень, манера їх написання (Юрьєва Л.) [44].

Але фіксуються і певні подібності, наприклад, і чоловіки, і жінки в рівній мірі використовують грубі і образливі повідомлення, Тільки їх використання пов'язане з різними мотивами. Жінки частіше використовують такого роду повідомлення з силу їх емоційності та експресивності. Чоловіки надають велику значимість свободі слова і своїй незалежності і таким чином вони висловлюють свій протест проти рамок і обмежень (Сазанов В.) [37].

Особливості комунікації в Інтернеті впливають і на соціально-психологічні характеристики користувачів, які проявляються в їх мисленні, поведінці, а також особливості сприйняття інформації.

Згідно з дослідженнями Х. Рід, у віртуальній комунікації людина фізично входить у світ символічної комунікації, де носіями інформації є як її зміст, так і форма (Read Н.) [62].

В Інтернеті не створюються передумови для маніпулятивного спілкування, навпаки, Інтернет виключає таку форму комунікації: як тільки людині здається, що на неї чиниться вплив, вона може закрити сторінку або пропустити матеріал, який здійснює на неї такий вплив (Данько Ю.) [14].

Виходить, різні фактори можуть впливати на включення людини в інтернет-комунікацію. У сучасному світі ключовим фактором виявляється вік. Незабаром вплив цього фактору може стати незначним. Коли в фазу старшого віку перейде сучасна молодь, їм не треба буде адаптуватися до Інтернет-комунікації, але певні нові технології все одно будуть виникати. Тому навіть тоді ми не можемо говорити про повну готовність людини до взаємодії з інформаційним середовищем.

Люди старшого віку мають можливість тільки опосередковано впливати на інформаційний потік, вносячи туди інформацію, в основному за допомогою

передачі інформації більш молодому поколінню, яке, в свою чергу, передає цю інформацію, спотворюючи її, у світовий інформаційний потік через Інтернет-технології. Втрачаючи наявні соціальні зв'язки, наприклад, з родичами, товаришами по службі, колегами, друзями, літня людина вже не в силах зав'язати нові. Об'єм інформації, що надходить до людини зменшується, знижується коло її інтересів, падає активність, що прискорює процес старіння.

Аналізуючи відхід на пенсію, вчені прийшли до проблеми дозвілля, тобто вільного часу, що звільнився, і який зовсім недавно було зайнято роботою, але в одну мить став абсолютно вільним. Особливий інтерес до цього питання виявив американський соціолог Р. Хевайюрст. Він вказує на те, що сформована формула, при якій в дитинстві людина займається навчанням, в зрілості – роботою, а в старості йде на спокій, повинна бути повністю переглянута. Переставши віддавати весь час роботі, людина може відкрити для себе величезний спектр різних видів дозвілля, вона може реалізувати себе в мистецтві, освоїти нові види діяльності, а не віддавати весь свій вільний час пошуку роботи. Але це можливо тільки за певної підтримки з боку держави, яка повинна забезпечити гідне фінансування життя літніх людей (Mike Z.) [61].

У сучасному світі люди старшого віку все більше і більше включаються в інформаційний обмін, все більше людей старшого віку мають сторінки в соціальних мережах або вміють шукати інформацію в Інтернеті.

Інформаційні технології можуть допомогти літнім людям освоїти нові знання, стати джерелом інформації, активна взаємодія з інформаційними технологіями дозволить літнім людям не тільки освоїти новий вид діяльності і знайти для себе новий вид дозвілля, а й джерело постійного заробітку.

Зараз досить гостро стоїть проблема, пов'язана з втратою важливої інформації, яка була доступна попереднім поколінням, але з їх відходом вона втрачається, тим самим, не забезпечується спадкоємність поколінь і циклічність розвитку. Це, в першу чергу, пов'язано з тим, що літні люди мають меншу

кількість джерел інформації та каналів її поширення. Для літньої людини складніше прийняти щось нове, часто літні люди відмовляються від нововведень, вважаючи їх деструктивними і незрозумілими, їм складніше пристосуватися до нових каналів комунікації.

Літня людина має можливість тільки опосередковано впливати на інформаційний потік, вносячи туди інформацію, в основному, за допомогою передачі інформації більш молодому поколінню, яке, в свою чергу, передає цю інформацію, спотворюючи її, в світовий інформаційний потік через Інтернет - технології. У сучасному світі все більше літніх людей користуються інтернет-технологіями, багато в чому це пов'язано з тим, що сучасні літні люди користувалися комп'ютером та інтернетом в середньому віці, тому це для них адаптоване і звичне середовище. Все більше людей середнього і старшого віку використовують Інтернет на роботі, що також робить цю форму комунікації звичною і адаптованою для них.

Зовсім інакше молоді і люди середнього віку включені в інформаційний обмін. Крім того, що вони мають більше каналів отримання інформації, вони можуть ефективно впливати на інформаційні потоки за допомогою Інтернет-технологій.

Літня людина, багато в чому під тиском суспільства, свідомо обмежує себе і можливість комунікації з суспільством. Літні люди, маючи досить багато досвіду, не мають можливості передавати його далі, порушуючи тим самим спадкоємність поколінь, що призводить до втрати частини інформації та її спотворення. Але зі швидкою зміною поколінь і процесом старіння сучасної молоді така проблема повністю зникне, літні люди 21 століття вже повністю адаптовані до нового інформаційного середовища.

Сучасне інформаційне середовище вимагає від людини, яка з ним взаємодіє, володіння певними навичками і знаннями, а, отже, для успішної взаємодії з інформаційним середовищем необхідно придбати ці навички.

Молодь здобуває ці навички як складову частину своєї повсякденної діяльності, в той час як людина старшого віку повинна цьому цілеспрямовано навчатися.

Варто виділити певний ряд проблем, що характеризують соціальні наслідки даного явища:

1) Розрив соціальних зв'язків, що призводить до десоціалізації користувача.

Говорячи про цю проблему, необхідно відзначити той факт, що вона відноситься до конкретної особи. Проте шкода від неї зачіпає більшу кількість людей.

Користувач відсторонюється від реального світу шляхом концентрації на віртуальному, при цьому він втрачає зв'язок зі своїм фізичним «Я». Також спостерігається припинення колишніх контактів з друзями, знайомими, рідними в реальному житті, що загрожує виникненням повної ізоляції людини і трансформацією структури суспільства.

2) Збільшення кількості фіксованих випадків прояву аутоагресії через неможливість скористатися соціальними мережами.

Надмірне захоплення інтернетом призводить до втрати контролю над своїми емоціями і діями, що призводить до появи випадків вчинення самогубств, однією з причин яких може бути неможливість користування соціальними мережами.

3) Збільшення кількості випадків вчинення насильницьких дій по відношенню до оточуючих через неможливість користуватися соціальними мережами.

Користувачі, які вважаються абсолютно інтернет-залежними в більшості випадків, проєктують свою агресію і незадоволеність на оточуючих людей (Божович Л.) [4].

Все більшу кількість фахівців починає хвилювати питання, як боротися з проблемою, що виникла. Для цього доцільно визначити фактори і причини

формування залежності від соціальних мереж, які можуть посприяти подальшій розробці програм з профілактики та корекції даної адикції.

Виділимо наступні фактори формування залежності від соціальних мереж:

На макрорівні:

- соціально-економічні чинники, які відображають рівень економічного розвитку держави (ВВП на душу населення), рівень життя, структуру доходів/витрат населення, розвиненість соціальної інфраструктури;
- техніко-технологічні фактори – телекомунікаційна структура і ступінь проникнення інтернету;
- до соціально-політичних факторів належать правові обмеження, ставлення владних структур до комунікацій в інтернеті.

На особистісному рівні, який позначається як «мікрорівень», зазначаються:

- психологічні чинники, зокрема, до них належать індивідуально-психологічні характеристики, бажання належати певній субкультурі, прагнення перенести норми віртуального світу в реальний, а також можлива наявність інших залежностей (наркотичної, алкогольної та інших);
- соціальні та соціально-організаційні чинники відображають наявність/відсутність сім'ї та дітей, друзів у реальному житті; кількість часу, що проводиться в соціальних мережах з нерозбірливими цілями; наявність/відсутність хобі/захоплень; наявність/відсутність розпорядку дня тощо;
- економічні чинники – наявність/відсутність роботи і стабільного доходу, рівень життя;
- користувацький досвід – стаж, глибина користування мережею тощо;
- біологічні фактори, що включають стан здоров'я, наявність відхилень, що впливають на соціальні зв'язки, проблеми зі сном (Белинская Е.) [2].

Дані особливості є можливими факторами формування інтернет-залежності. Такі люди за допомогою інтернету намагаються компенсувати відсутню їм повагу, любов, і відчуття власної значущості. Саме в мережевому спілкуванні вони знаходять деяку віддушину, в яку швидко потрапляють і стають від неї залежними.

Також інтернет-залежним людям характерні такі особистісні особливості, як боязкість, напруженість, інтроверсія і тривожність (Березин В.) [5].

Психіатр Н. Бородіна у своїй статті «Соціально-психологічні аспекти інтернет-залежності» виділяє фактори формування привабливості інтернету як об'єкта залежної поведінки, такі як:

- Можливість соціальних взаємодій, які, в свою чергу, є анонімними, що вважається найбільш привабливим для користувача;
- Можливість реалізувати свої уявлення, фантазії, в цілому, свобода дій;
- Можливість пошуку нового співрозмовника, який задовольняє практично будь-які критерії (немає необхідності утримувати увагу одного співрозмовника, оскільки в будь-який момент можна знайти нового);
- Доступ до інформації не обмежений (Бородіна Н.) [7].

Цікавим є підхід Л. Хеттерер до вивчення середніх та інтерперсональних факторів адиктивної поведінки. Він ввів поняття «адиктивного компліменту». На думку Л. Хеттерер, адиктивним компліментом називається будь-яка особа, група або середовище, які підтримують адиктивну поведінку. Він дійшов висновку, що в особливих випадках інша людина може стати для залежної людини провокатором, тобто адиктивним компліментом. Однак, він не завжди може мати пристрасть до об'єкта залежності, але так чи інакше відіграє значну роль в адиктивному процесі (Amnon J.) [51].

Знижувати емоційну напругу адиктам дозволять знаходження інших залежних людей, чия залежність виправдовує їх власну адикцію.

Адиктивна поведінка стає механізмом запуску внутрішньогрупової прихильності і згуртованості. Коли адикти знаходять відповідну субкультуру, вони не тільки знаходять партнерів, що підтримують їх адиктивний цикл, але і постійне джерело компліментів.

Засоби масової інформації, будь то газети, журнали, телебачення та інше, можуть пропагувати адиктивну поведінку, тим самим сприяючи долученню до неї людей.

Залежності можуть виступати в ролі методів, що сприяють досягненню успіху в діяльності або чому-небудь іншому, засобом боротьби з болем, напругою, стресом, соціальними та інтраперсональними конфліктами.

В якості внутрішньоособистісних факторів, які вважаються схильними до формування залежності, виступають особистісні особливості адиктів.

Деякі автори, спираючись на свої дослідження, відзначають, що такі якості, як брехливість, схильність звинувачувати в усьому інших, маніпулятивність, безвідповідальність і перебільшення своїх гідностей, можуть сприяти розвитку в людині залежної поведінки (Войскунский А.) [8].

А. Жичкіна виділила 2 причини інтернет-залежності. Одну з них вона позначила як підвищена чутливість до обмежень, що особливо проявляється в підлітковому віці (Жичкина А.) [17].

В даному випадку інтернет виступає, як можливість позбутися вимог, що пред'являються суспільством, зокрема, батьками і близькими, стати більш розкутим і вільним.

Друга причина – потреба в емоційній підтримці, яку важко отримати в реальному, соціальному оточенні.

Варто відзначити, що у всіх користувачів залежність присутня в тій чи іншій мірі, але у більшості вона далека до критичної, тому немає причин хвилюватися. Виділимо 10 стадій розвитку залежності:

1. Людина веде акаунт, але не особливо замислюється про те, щоб у ньому щось викладати. Використовує соціальні мережі для спілкування і витрачає на це близько години на день.
2. Проводить у соціальній мережі годину, але більше уваги приділяє веденню сторінки.
3. Починає грати в браузерні ігри, проводить в соціальній мережі близько 2-х годин.
4. Починає додавати всіх підряд в друзі, щоб похвалитися їх кількістю. Знаходиться в «онлайні» більше 2-х годин.
5. Дуже багато грає в ігри постійно додає друзів.
6. Часто переживає про те, як виглядає сторінка, намагається зробити її ідеальною, багато грає.
7. Починає порівнювати реальне життя з віртуальним. Знаходиться онлайн багато годин поспіль.
8. Стає дуже залежною від коментарів, постійно сам щось коментує, переживає, якщо їй не ставлять лайки і нічого не пишуть. Завжди намагається бути в курсі абсолютно всіх подій у мережевому житті друзів.
9. Думає тільки про те, як виглядає її сторінка і що там відбувається. Про реальну поведінку, зовнішній вигляд замислюватися перестає.
10. Не звертає ніякої уваги на реальних друзів, сім'ю, роботу. Живе тільки соцмережею. Постійно знаходиться онлайн і не може випустити телефон з рук навіть на пару годин.

Існують і біологічні фактори ризику. До факторів, що сприяють формуванню залежної поведінки, можна віднести різні ускладнення матері при вагітності, наприклад, інфекційні захворювання, прийом ліків, куріння та ін.

У зоні ризику перебувають діти з ушкодженнями ЦНС, серед яких найбільш поширеним порушенням, здатним призводити до виникнення інтернет-залежності є синдром дефіциту уваги та гіперактивності.

Також зазначається, що люди з тенденцією до підвищеного рівня тривожності найбільш схильні до залежності від соціальних мереж.

Таким чином, інтернет-залежність від соціальних мереж – це серйозна проблема нашого часу, що охоплює все молоде покоління та людей середнього і навіть старшого віку. Вона є таким же небезпечним явищем, як наркотична та алкогольна залежність, яка згубно впливає на особу людини, її внутрішній світ і соціальне оточення.

Висновки до першого розділу:

1. Досліджено еволюцію теоретичних положень Інтернет-залежності. Доведено, що проблема залежності від соціальних комп'ютерних мереж в науковій літературі традиційно розглядалась в контексті вивчення Інтернет-залежності. Термін «Інтернет-залежність» позначає велику кількість проблем поведінки та контролю над потягами, одною з яких є пристрасть до віртуальних знайомств – надмірність знайомих та друзів в мережі. Обґрунтовано, що серед чинників, які сприяють формуванню Інтернет-залежності, дослідники виділяють особливості Інтернет-середовища (інтерактивність, анонімність, контрольованість, відсутність обмежень тощо), індивідуальні особливості людини (шизоїдна та нестійка акцентуації, тривожність, сором'язливість, низька комунікабельність, незадоволеність комунікативних або сексуальних потреб, занижена самооцінка тощо, орієнтація на Інтернет-субкультуру, ідеалізація Інтернету) та особливості соціальної ситуації (самотність, відсутність взаєморозуміння в родині, труднощі у взаємодії з однолітками).

2. Досліджено особливості комунікативного середовища Інтернету в якості базису виникнення залежності від соціальних мереж. Зазначено, що у сучасному інформаційному суспільстві інтернет-комунікація виступає одним з основних каналів спілкування і взаємодії між людьми. Це спілкування акумулює в собі безліч різноманітних мовних практик, які протікають в самих різних дискусіях: академічних, рекламних, релаксаційних, педагогічних і багатьох інших.

Обґрунтовано, що комп'ютерна комунікація залучила великі маси людей в активні процеси вербального публічного і міжособистісного спілкування, що фіксуються письмово і забезпечуються новими технологіями. Важливим є, що інтернет-комунікація чинить суттєвий вплив на внутрішній світ людини. Відбувається трансформація культури, у людини виникає можливість проявляти цілий спектр емоцій і ділитися цим з оточуючими. Доведено, що стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, масова споживча культура, соціально-політичні та економічні трансформації, а також наслідок високих темпів таких змін, як зміна установок і цінностей, призводять до появи девіантних форм поведінки. Серед них – феномен залежності від соціальних мереж в Інтернет, що набуває значних масштабів.

3. Проаналізовано психологічний зміст залежності від соціальних мереж у різних вікових та гендерних групах. Наголошено, що існує певна специфіка використання соціальних мереж та Інтернет-комунікації в різних вікових та гендерних групах. Доведено, що у сучасній Інтернет-комунікації все більше стираються межі гендеру. Це в першу чергу пов'язано з тим, що людина в Інтернет-комунікації може приписати собі будь-яку стать і спілкуватися від будь-якої особи. Жінки, як інтернет-користувачі, відрізняються від чоловіків за соціально-демографічними та психологічними характеристиками. Жінки в інтернеті більше цікавляться культурною, побутовою, освітньою інформацією, рідше, ніж чоловіки, переглядають новини та технічну інформацію. Жінки частіше, ніж чоловіки, використовують Інтернет для спілкування. В цілому існують чіткі відмінності в інтернет-поведінці у чоловіків і жінок, розрізняються мова спілкування, фрази, позначення емоційної забарвленості повідомлень, манера їх написання. Зроблено висновок, що різні фактори можуть впливати на включення людини в інтернет-комунікацію. У сучасному світі ключовим фактором виявляється вік. Незабаром вплив цього фактору може стати незначним. Люди старшого віку мають можливість тільки опосередковано

впливати на інформаційний потік, вносячи туди інформацію, в основному за допомогою передачі інформації більш молодому поколінню, яке, в свою чергу, передає цю інформацію, спотворюючи її, у світовий інформаційний потік через Інтернет-технології. У сучасному світі люди старшого віку все більше і більше включаються в інформаційний обмін, все більше людей старшого віку мають сторінки в соціальних мережах або вміють шукати інформацію в Інтернеті. Зовсім інакше молодь і люди середнього віку включені в інформаційний обмін. Крім того, що вони мають більше каналів отримання інформації, вони можуть ефективно впливати на інформаційні потоки за допомогою Інтернет-технологій. Літня людина, багато в чому під тиском суспільства, свідомо обмежує себе і можливість комунікації з суспільством. Літні люди, маючи досить багато досвіду, не мають можливості передавати його далі, порушуючи тим самим спадкоємність поколінь, що призводить до втрати частини інформації та її спотворення. Але зі швидкою зміною поколінь і процесом старіння сучасної молоді така проблема повністю зникне, літні люди 21 століття вже повністю адаптовані до нового інформаційного середовища.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУПАХ

2.1. Опис процедури дослідження та обраних методик

Так як об'єктом нашого дослідження є вікові групи користувачів Інтернету в контексті характеру їх Інтернет-залежності від соціальних мереж, а в якості предмета дослідження виступають фактори психологічної залежності респондентів різного віку, схильних до Інтернет-залежності від соціальних мереж, то в рамках емпіричного дослідження нами були поставлені наступні завдання:

1. вивчити рівень та основні види інтернет-активності, а також соціально-психологічні характеристики учасників емпіричного дослідження;
2. виявити вікові особливості уявлень про поняття залежності від соціальних мереж;
3. виявити відмінності основних факторів залежності від соціальних мереж в різних вікових групах;
4. сформулювати висновки за результатами емпіричного дослідження.

Емпіричне дослідження складалося з декількох етапів:

- на попередньому етапі дослідження нами був проведений відбір учасників за допомогою спеціально розробленої анкети (див. додаток 1). За

підсумками анкетування були відібрані респонденти, які зареєстровані в різних соціальних мережах, є учасниками інтернет-комунікацій і дали згоду на участь у цьому дослідженні;

- на діагностичному етапі проводилося безпосереднє дослідження уявлень про фактори Інтернет-залежності від соціальних мереж у респондентів різних вікових груп, а також дослідження соціально-психологічних характеристик респондентів;
- на аналітичному етапі дослідження була проведена статистична обробка даних дослідження, а після цього – порівняльний аналіз результатів за віковими групами.

Загальна кількість респондентів, які взяли участь у дослідженні, склала 60 осіб різної статі, професій, віку. Співвідношення у вибірці чоловіків і жінок приблизно однакове.

За віковими характеристиками респонденти були розподілені за такими групами:

- 1 вікова група (від 19 до 35 років) - 20 осіб;
- 2 вікова група (від 36 до 55 років) - 20 осіб;
- 3 вікова група (від 56 до 70 років) - 20 осіб.

Відповідно до мети та завдань дослідження нами було підібрано діагностичний інструментарій, спрямований на вивчення семантичного змісту, структури та вікових особливостей залежності від соціальних мереж у різних вікових групах.

Перш ніж виявляти основні фактори залежності від соціальних мереж, ми зупинилися на характеристиках респондентів як учасників інтернет-комунікацій. Для визначення соціально-демографічних характеристик, а також для виявлення ступеня активності і переваг респондентів в соціальних мережах нами використовувалася авторська анкета (Додаток Б).

Далі респондентам пропонувалося заповнити брошуру, що містить ряд питань щодо соціально-демографічних показників і серію методик, спрямованих на вивчення взаємозв'язку наявності інтернет-залежності від соціальних мереж та особистісних особливостей.

Для оцінки вираженості психологічно залежної поведінки від соціальних мереж, що випробовується було запропоновано відповіді на запитання методики «Шкала Інтернет-залежної поведінки Чена», в адаптації В. Малигіна і К. Феклісова [28]. Опитувальник складається з 26 тверджень, на які надано 4 варіанти відповіді («зовсім не підходить», «слабко підходить», «частково підходить», «повністю підходить»). Методика включає такі шкали: компульсивних симптомів; симптомів скасування; толерантності; внутрішньособистісних проблем і проблем, пов'язаних зі здоров'ям; управління часом. Оцінка шкал проводиться шляхом підсумовування всіх пунктів шкали. Загальний бал розраховується підсумовуванням усіх шкал. Нормативні інтервали тесту: від 27 балів до 42 – відсутність Інтернет-залежної поведінки; від 43 балів до 64 – схильність до виникнення Інтернет-залежної поведінки/доадиктивний етап; від 65 балів і вище – наявність Інтернет-залежної поведінки.

Для вивчення індивідуально-психологічних особливостей особистості був використаний 16-факторний опитувальник Кеттела (форма С), в адаптації А. Капустіної, Л. Мургулець, Н. Чумакової [42], який складається зі 105 питань, на кожне з яких пропонується 3 варіанти відповідей (а, б, с). Обробка результатів здійснюється за «ключем». Отриманий «сирий бал» переводиться по таблиці переведення «сирого бала» в стандартні величини стени.

Для вимірювання рівня рефлексивності був використаний опитувальник рефлексивності О. Карпова [22]. Опитувальник складається з 27 пунктів, відповіді на які формуються за 7-бальною шкалою Ліккерта. Обробка результатів відбувається шляхом підсумовування балів у прямих і зворотних

значеннях за «ключем». Отриманий «сирий бал» переводиться по таблиці переведення «сирого балу» в стандартні величини – стени. Показник, менше 4-х стенів – свідчить про низький рівень розвитку рефлексивності; від 4 до 7 стенів – середній рівень рефлексивності; понад 7 стенів – високий рівень рефлексивності.

Як методи математичної обробки даних використовувалися первинні описові статистики, непараметричні методи порівняння вибірок (Н-критерій Краскела-Уоллеса, U-критерій Манна-Вітні), дискримінантний аналіз.

2.2. Статистичний аналіз даних емпіричного дослідження

Анкета була спрямована на вивчення наступних характеристик:

- кількості часу, проведеного в соціальних мережах;
- ступеня активності в інтернет-середовищі;
- видів активності в соціальних мережах;
- активності в сфері спілкування (знайомство з новими людьми);
- соціальної (громадської) активності.

Результати анкетування представлялися як в узагальненому вигляді, по вибірці в цілому, так і по кожній віковій групі.

Результати анкетування, що відображають кількість часу, який респонденти проводять в соціальних мережах, представлені на рис. 2.1.

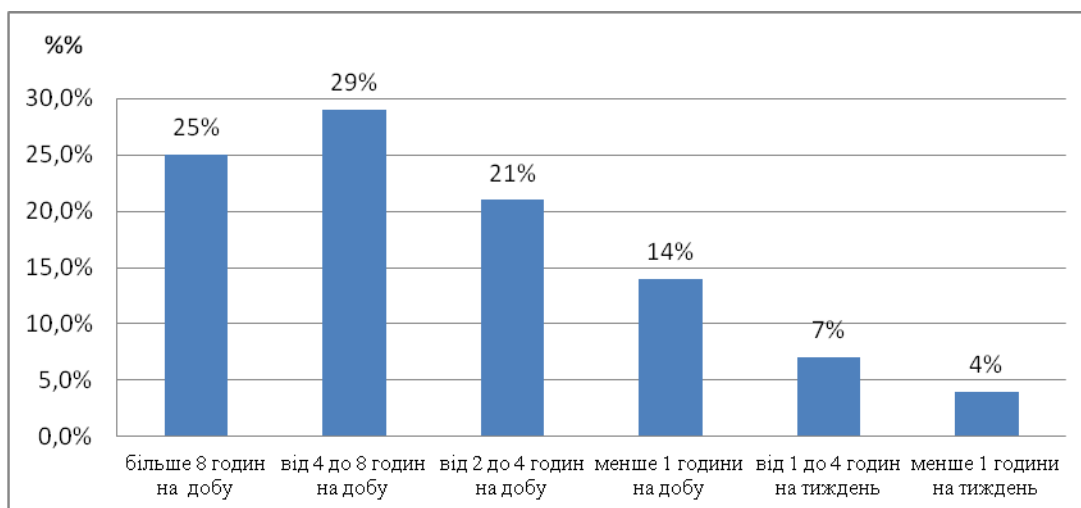


Рис. 2.1. Розподіл респондентів за кількістю проведеного в соціальних мережах часу (у %)

Джерело: складено автором

Розподіл часу проведення в соціальних мережах за віковими групами відображено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Результати розподілу часу проведення в соціальних мережах за віковими групами (у %)

Кількість часу, проведеного в соціальних мережах	Вікові групи респондентів		
	1 група (19-35 років)	2 група (36-55 років)	3 група (56-70 років)
більше 8 годин на добу	18,8	6	0
від 4 до 8 годин на добу	14,1	14,4	0,4
від 2 до 4 годин на добу	0,4	11,1	9,6
менше 1 години на добу	0	2	12,2
від 1 до 4 годин на тиждень	0	0	7
менше 1 години на тиждень	0	0	4

Джерело: складено автором

В цілому по вибірці спостерігається досить високе включення респондентів в Інтернет-комунікації. Майже кожен третій респондент (29% від загальної

вибірки) проводить в соціальних мережах близько 8 годин на добу і чверть респондентів (25% від загальної вибірки) присутні в соціальних мережах більше 8 годин на добу. Досить численну групу (21% від загальної вибірки) складають люди, які витрачають на соціальні мережі до 4 годин на добу, що теж є чималою тратою часу. Таким чином, за результатами анкетування можна сказати, що більшість респондентів проводять в соціальних мережах значну частину свого часу, а це вже дає нам підстави говорити про певну залежність.

Розподіл часу проведення в соціальних мережах за віковими групами учасників дослідження показує наступні тенденції (див. табл. 2.1.). Перша вікова група проводить в соціальних мережах більше 8 годин на добу, рівна кількість респондентів першої та другої групи проводять там від 4 до 8 годин на добу. Представники третьої вікової групи проводять найчастіше в соціальних мережах менше 1 години на добу.

Узагальнені результати аналізу причин, за якими респонденти використовують соціальні мережі, наочно представлені на рис. 2.2.

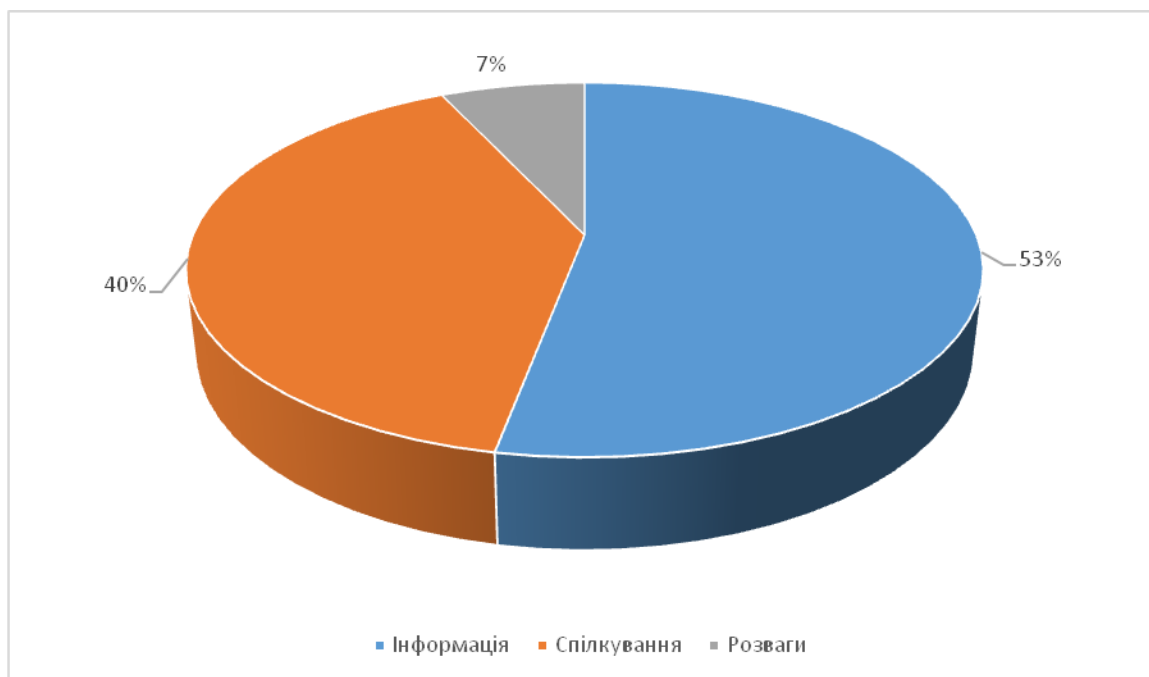


Рис. 2.2. Розподіл видів активності в соціальних мережах за вибіркою (у %)

Джерело: складено автором

Як видно з результатів, половина опитаних респондентів використовують соціальні мережі для отримання та обміну інформацією, займаючись цілеспрямованим пошуком інформації, відвідуючи новинні ресурси тощо. Досить велика частина учасників користується соціальними мережами для спілкування. Незначну представленість в загальній вибірці отримав такий вид активності в соціальних мережах, як різноманітні розваги.

Таблиця 2.2.

Результати розподілу причин використання соціальних мереж за віковими групами (у %)

Причини використання соціальних мереж	Вікові групи респондентів		
	1 група (19-35 років)	2 група (36-55 років)	3 група (56-70 років)
Користування месенджерами/поштою (особистою та робочою)	6	6,6	3,5
Спілкування через миттєві повідомлення	4,4	3	1,5
Коментарі в соціальних мережах	3,7	2,2	1,5
Спілкування в чатах/форумах соц. мереж	1,5	0,7	0,4
Читання і ведення блогів/влогів	0,4	1,5	0,5
Спілкування з метою знайомств	1	1,5	0,2
Цілеспрямований пошук інформації (навчання, робота, хобі)	9,7	8,6	4,3
Відвідування ресурсів новин у соц. мережах	1,2	3,2	5
Відвідування ресурсів за інтересами	3,8	4,6	12,6

Ігри через соц. мережі	0,4	0,4	2
Отримання інформації про ігри/кіно/музику/літературу	0,8	0,2	0,2
Покупки в інтернет-магазинах соц. мереж	0,4	0,5	2

Джерело: складено автором

Однак аналіз видів активності в соціальних мережах за віковими групами виявив тенденції, що не збігаються з загальними тенденціями по вибірці.

З таблиці 2.2 видно, що найчастіше соціальні мережі використовується сумарно за трьома віковими групами для цілеспрямованого пошуку інформації, представники третьої вікової групи найчастіше використовують соціальні мережі для відвідування ресурсів за інтересами, також досить часто за трьома віковими групами соціальні мережі використовується для спілкування у месенджерах/ пошті.

Відповідно до мети і предмету дослідження, нас більшою мірою цікавило питання Інтернет-активності респондентів у сфері спілкування в соціальних мережах. На рисунку 2.3. ми бачимо, що переважна кількість учасників дослідження використовують соціальні мережі для знайомства з новими людьми.

Результати анкетування показують, що Інтернет-комунікації є важливою частиною життя сучасних людей. Респонденти розглядають соціальні мережі як середовище, що надає різноманітні можливості для нових знайомств і спілкування з новими людьми.

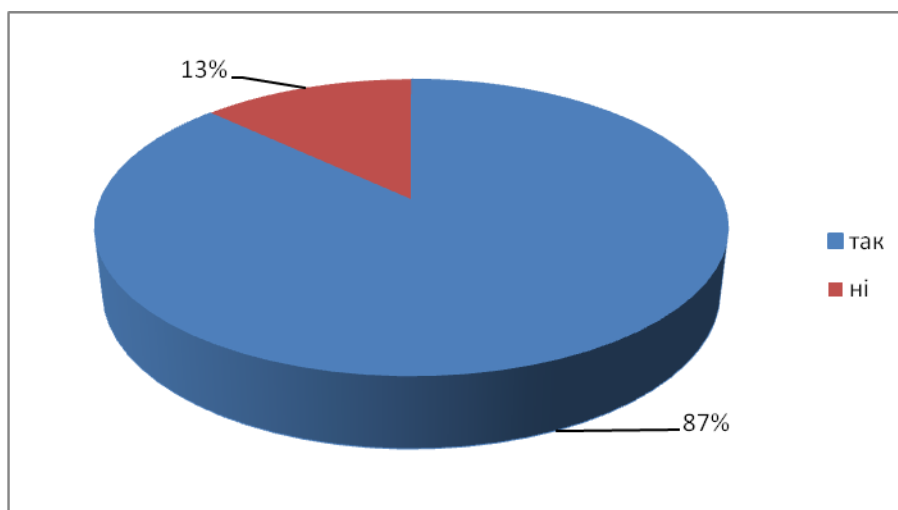


Рис. 2.3. Орієнтація респондентів на використання соціальних мереж для знайомства з новими людьми (у %)

Джерело: складено автором

Із загальної вибірки учасників дослідження лише 15% (9 осіб) не розглядають середовище соціальних мереж як середовище спілкування. З 9 осіб, які не знайомляться в соціальних мережах, 8 осіб відносяться до вікової групи 56-70 років і одна людина – до групи 36-55 років. Ми провели більш детальний аналіз основних видів інтернет-активності цієї групи респондентів, результати якого наочно представлені на рис. 2.4.

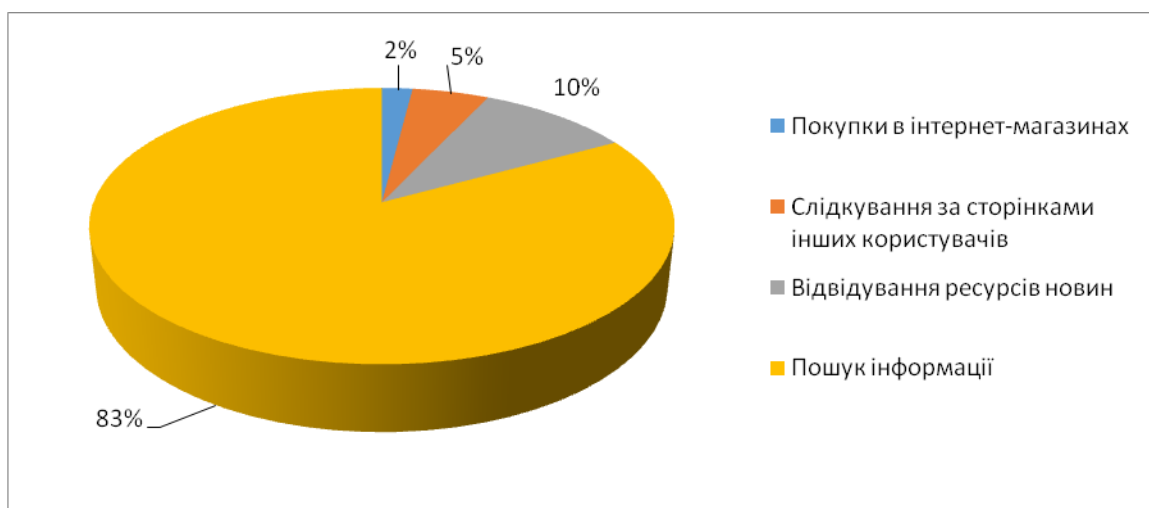


Рис. 2. 4. Інтереси респондентів, які не знайомляться з новими людьми в соціальних мережах

Джерело: складено автором

Найбільший інтерес у респондентів, які не знайомляться з новими людьми в соціальних мережах, викликає пошук інформації та відвідування новинних ресурсів і тільки 5% їх інтересів в соціальних мережах викликають сторінки інших користувачів мереж, а 2% покупки в інтернет-магазинах соціальних мереж. Виходить, що в соціальних мережах вони проводять досить мало часу і рідко знайомляться з новими людьми, займаючись в основному пошуком інформації і відвідуванням новинних ресурсів.

В анкету спеціально було включено питання про те, чи зустрічаються в реальному житті респонденти з тими людьми, з якими вони познайомилися в соціальних мережах. Це питання передбачало прояснення зв'язку між активністю респондентів в інтернет-комунікаціях і реальному спілкуванні. Результати анкетування представлені в табл. 2.3. Слід зазначити, що 9 осіб, які не знайомляться в соціальних мережах, пропустили в анкеті дане питання, тому результати дано за відповідями 51 респондента.

Таблиця 2.3.

Розподіл відповідей на питання анкети про співвідношення знайомств з людьми в соціальних мережах і спілкування з цими людьми в реальному житті (у %)

Відповідь на питання анкети	Вікові групи респондентів		
	19-35 років	36 – 55 років	56 – 70 років

Чи зустрічаєтеся ви з людьми, з якими познайомилися в соціальних мережах, в реальному житті?	Так	94,4%	78,7%	9,1%
	Ні	5,6%	21,3%	90,9%

Джерело: складено автором

З таблиці 3 ми бачимо цілком очевидні і очікувані тенденції: найчастіше продовжують знайомство, розпочате в соціальних мережах, молоді люди з вікової групи 19-35 років, тоді як самими неактивними в цьому плані є дорослі люди вікової групи 56-70 років.

Анкета, що використовується в дослідженні, також включала питання, спрямовані на вивчення соціальної активності респондентів у соціальних мережах та поза ними. Так, анкета містила питання про те, чи підписують учасники Інтернет-комунікацій різні петиції, і чи триває їх активність, пов'язана з проблематикою, яка піднімається в петиціях, в реальному житті. Результати анкетування наочно представлені на рис. 2.5 і табл. 2.4.

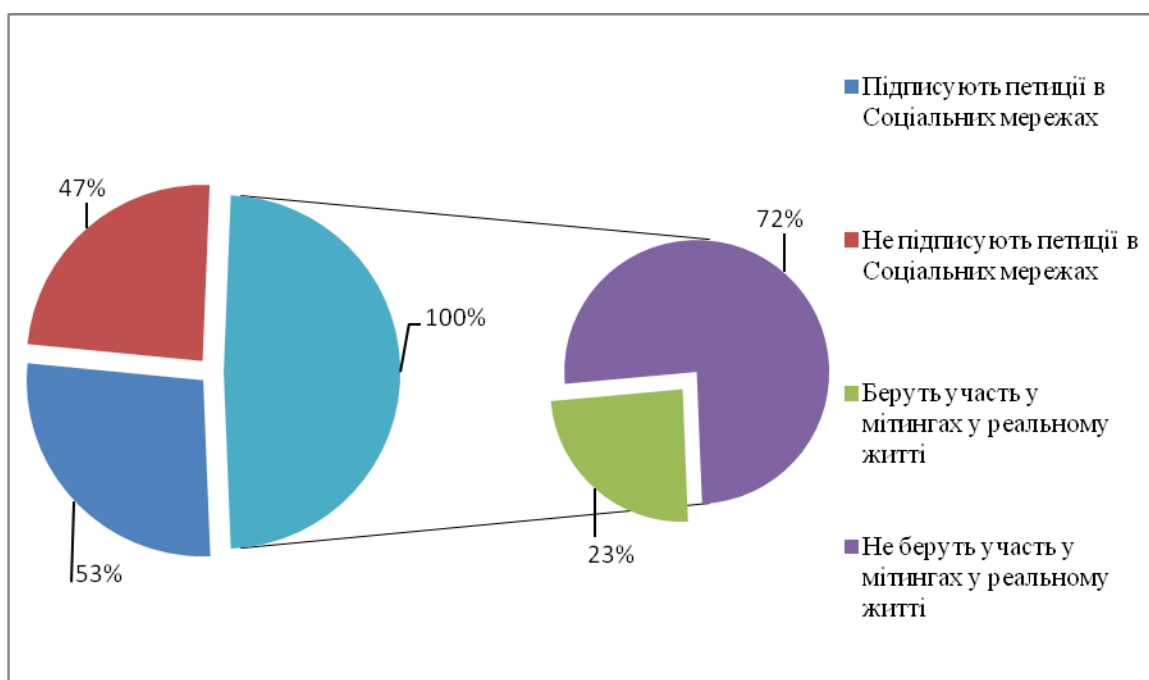


Рис. 2.5. Розподіл відповідей на запитання про соціальну активність в цілому за вибіркою (%)

Джерело: складено автором

Таблиця 2.4.

Розподіл відповідей на питання про соціальну активність (%)

Соціальна активність в цілому по вибірці	Вікові групи респондентів		
	1 група (19-35 років)	2 група (36-55 років)	3 група (56-70 років)
Підписують петиції в соціальних мережах	20,4	22,6	4,1
Не підписують петиції в соціальних мережах	13	10,7	29,2
Беруть участь у мітингах в реальному житті	6	13,7	3,3
Не беруть участь у мітингах в реальному житті	27,4	19,6	30

Джерело: складено автором

З відповідей респондентів ми бачимо, що 53% респондентів підписують петиції в соціальних мережах. При цьому тільки 23% респондентів продовжують проявляти свою соціальну активність в реальному житті, беручи участь в акціях і мітингах. Це вказує на те, що респонденти більш активні в Інтернет-комунікації і швидше схильні проявляти соціальну активність в Інтернет-просторі, ніж демонструвати таку поведінку в реальному житті.

Петиції в соціальних мережах підписують представники першої та другої вікової групи, така поведінка практично не характерна для представників третьої вікової групи.

Найчастіше беруть участь в мітингах представники другої вікової групи, це люди з активною життєвою позицією і певною системою поглядів. Але більшість респондентів у всіх вікових групах не беруть участь у мітингах у реальному житті. Їм простіше проявляти свою громадянську позицію через Інтернет, ніж брати участь у реальних мітингах.

І нарешті, ми цікавилися у респондентів, чи мають вони свої сторінки в декількох соціальних мережах. За допомогою даного питання в анкеті можна визначити ступінь активності респондентів в соціальних інтернет-мережах. Розподіл відповідей наочно зображено на рис. 2.6.

З відповідей респондентів виявилось, що переважна кількість учасників (85 %) зареєстровані в декількох соціальних мережах, що вказує на високий ступінь активності респондентів, а значить і відповідно їхньої залежності.

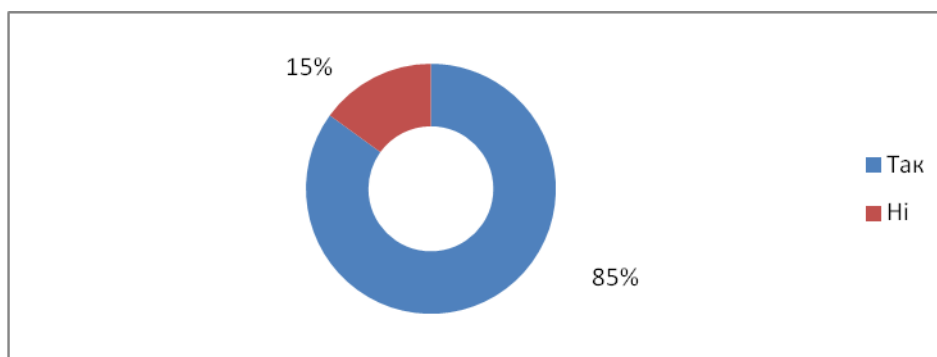


Рис. 2.6. Розподіл відповідей по вибірці на питання про наявність своїх сторінок в декількох соціальних мережах (%)

Джерело: складено автором

Більшість людей вважають соціальні мережі цілком прийнятною і відповідною формою комунікації. Соціальні мережі дозволяють людям підтримувати контакт один з одним, шукати людей, з якими контакт був втрачений, заводити нові контакти.

Таблиця 2.5.

Розподіл відповідей по вибірці на питання про наявність своїх сторінок в декількох соціальних мережах за віковими групами, (%)

Наявність своїх сторінок в декількох соціальних мережах	Вікові групи респондентів		
	1 група (19-35 років)	2 група (36-55 років)	3 група (56-70 років)

Так	33,3	31,9	19,6
Ні	0	1,5	13,7

Джерело: складено автором

Розподіл відповідей за віковими групами показав, що більшість респондентів мають сторінки в декількох соціальних мережах (табл. 2.5). Всі представники першої вікової групи мають сторінки у декількох соціальних мережах, тільки у 1,5% другої вікової групи є сторінка лише в одній соціальній мережі. У третій віковій групі у 19,6% респондентів мають сторінки в декількох соціальних мережах, але при цьому у 13,7% таку сторінку мають лише в одній соціальній мережі. Це вказує на те, що для людей старшого віку така форма комунікації є новою і мало адаптованою.

Наступним кроком є визначення рівня рефлексивності досліджуваних вікових груп. Середні значення рівня рефлексивності можна представлено в табл. 2.6, а статистично значущі відмінності між групами за результатами діагностики представлені в табл. 2.7.

Таблиця 2.6.

Середні значення в групах за результатами діагностики рівня рефлексивності

Групи		Рівень рефлексивності
Група 1 (19-35 років)	Середнє значення	2,5
	N	40
	Ст. відхилення	1,15
Група 2 (36-55 років)	Середнє значення	4,08
	N	40
	Ст. відхилення	1,18
Група 3 (56-70 років)	Середнє значення	7,45
	N	40
	Ст. відхилення	1,47

Джерело: складено автором

Таблиця 2.7.

**Значення Н-критерію Краскела-Воlesa для оцінки відмінностей
рівня рефлексивності між групами**

Найменування показника	Середній ранг, група 1 (19-35 років)	Середній ранг, група 2 (36-55 років)	Середній ранг, група 3 (56-70 років)	Критичне значення Краскела-Воlesa	Рівень значущості
Рівень рефлексивності	99,45	45,91	36,14	78,661	0,001

Джерело: складено автором

Як можна побачити з таблиць, група респондентів з 19-35 років має статистично значимо нижчі показники рівня рефлексивності порівняно з групою 36-55 років і групою 56-70 років.

Таблиця 2.8.

Значення критерію U Манна-Уїтні між групою 2 (36-55) років і групою 1 (19-35 років)

Найменування показника	Сума рангів групи 2 (36-55 років)	Сума рангів групи 1 (19-35 років)	Критерій U -Манна-Уїтні	Рівень значущості
Рівень рефлексивності	1802,00	1438,00	618,000	0,169

Джерело: складено автором

При цьому варто відзначити, що при порівнянні між собою тільки групи 36-55 років і групи 19-35 років статистично значущі відмінності за рівнем рефлексивності відсутні (табл. 2.8).

Рефлексивність визначається, як здатність особистості виходити за межі власного «Я», осмислювати, вивчати, аналізувати що-небудь за допомогою порівняння образу свого «Я» з певними подіями, особистостями. Передбачає особливий напрямок уваги на діяльність власної душі, а також достатню зрілість суб'єкта. На підставі даних представлених вище, можна висунути припущення про те, що люди з низьким рівнем рефлексивності схильні вибирати відхід від реальності шляхом занурення у віртуальний світ, ніж осмислювати власне життя. Таким способом людина намагається впоратися з наявними проблемами, які вимагають вирішення. Відсутність навичок рефлексії не дозволяє проаналізувати почуття, емоції, вчинки як позитивні, так і негативні, що призводить до не розуміння процесу перебігу власного життя і ще більше погіршує ситуацію внутрішньої напруженості.

Для виявлення та аналізу властивостей особистості суб'єктів із залежністю від соціальних мереж був використаний 16-факторний опитувальник Кеттела (форма С). У зв'язку з тим, що метою дослідження було вивчення особистісних особливостей залежності вікових груп, а не інтелектуальної сфери при обробці результатів був виключений фактор В «Інтелект». Отримані результати представлені на рис. 2.7.

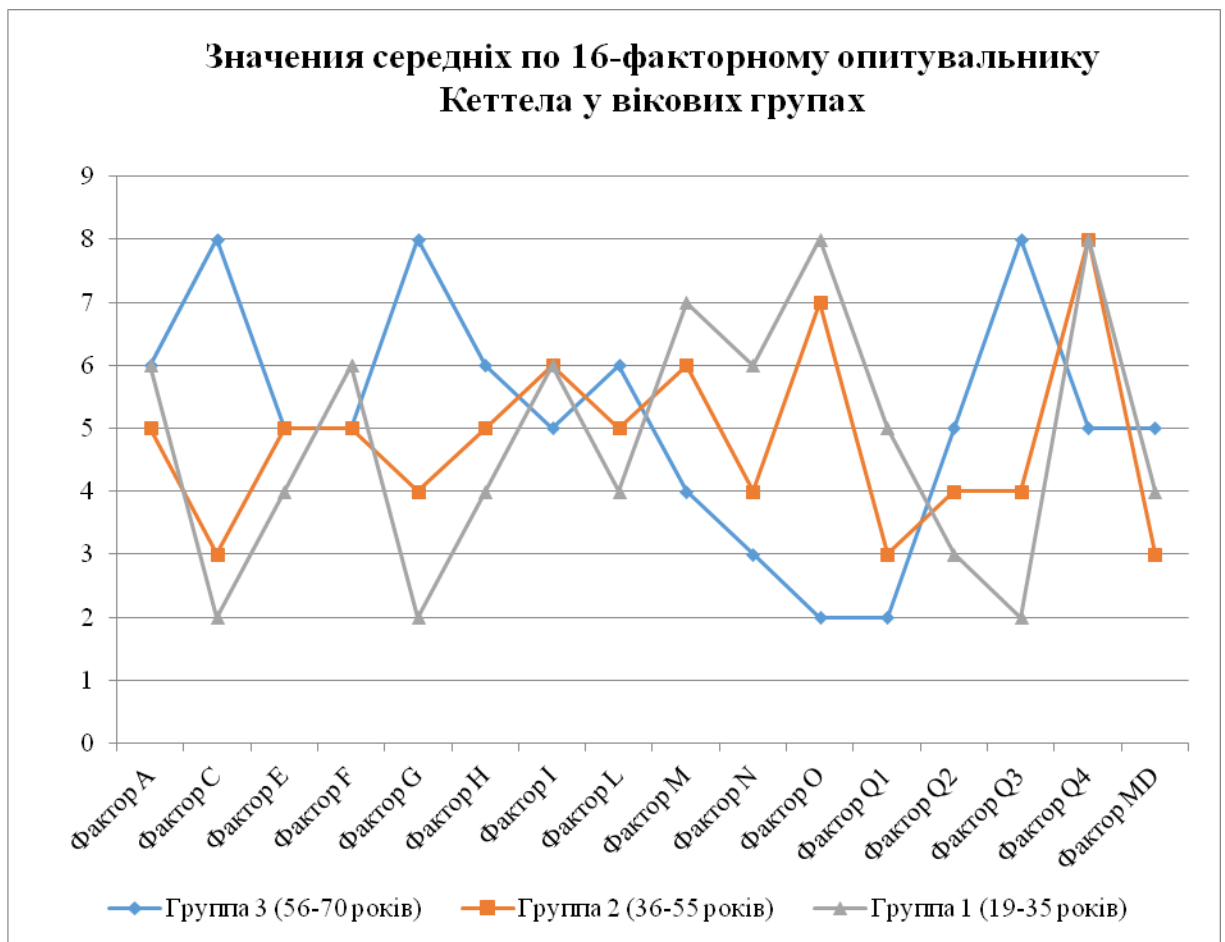


Рис. 2.7. Значення середніх по 16-ти факторному опитувальнику Кеттела у вікових групах

Джерело: побудовано автором

На основі отриманих результатів можна зробити наступні висновки.

Для суб'єктів групи 1 (19-35 років) яскраво вираженими характеристиками особистості є:

- емоційна нестабільність (фактор С);
- легковажність (фактор G);
- готовність до спілкування в більшій мірі ніж в інших групах (фактор F);
- висока тривожність (фактор O);
- прямолінійність (фактор N);
- радикалізм (фактор Q1);

- конформізм (фактор Q2);
- низький самоконтроль (Q3);
- емоційна напруженість (Q4).

Варто зазначити, що емоційно-вольовий блок утворюють наступні фактори: фактор С, фактор О, фактор Q3, фактор Q4, фактор G. При аналізі сукупності цих факторів у випробовуваних групи 1 (19-35 років), були виявлені такі особистісні особливості: емоційна нестійкість, підвищена тривожність, невпевненість у собі, мнювальність, низька стресостійкість, зайва емоційна напруженість, фрустрованість, низький контроль емоцій і поведінки, імпульсивність, афективність, залежність від настроїв. Низький самоконтроль проявляється в потуранні своїм бажанням, невмінні контролювати свої емоції і поведінку, слабкій волі. Це відображається на вмінні керувати власним часом, знижуючи критичність сприйняття витраченого часу в мережі.

Для суб'єктів групи 2 (36-55 років) яскраво вираженими характеристиками особистості є:

- емоційна нестабільність (фактор С) в меншій мірі ніж в групі 1 і в більшій ніж в групі 3;
- легковажність поведінки (фактор G) в меншій мірі ніж в групі 1, але в більшій мірі ніж в групі 3;
- менш висока тривожність (фактор О) у порівнянні з респондентами групи 1, але висока у порівнянні з групою 3;
- більший скептицизм (фактор Q1) ніж в групі 1, але менший ніж в групі 3;
- більша самостійність (фактор Q2) ніж в групі 1, але менша ніж в групі 3;
- більш високий самоконтроль (Q3) ніж в групі 1, але менше ніж в групі 3;
- майже ідентичний рівень емоційної напруженості (Q4) з групою 1, і набагато вищий ніж у групи 3;
- чутливість (фактор I) співпадає з рівнем групи 1;

- найнижчий рівень самооцінки та найвищий рівень критичності до себе (Фактор MD) серед трьох груп.

При аналізі сукупності цих факторів у випробовуваних групи 2 (36-55 років), були виявлені такі особистісні особливості: роздратованість, схильність до заклопотаності, сентиментальність, привітливості, почуття обов'язку, більша стресостійкість, менший радикалізм і більший консерватизм, зайва емоційна напруженість, кращий контроль емоцій і поведінки, більш високий самоконтроль, зайва критичність по відношенню до себе.

Для суб'єктів групи 3 (56-70 років) яскраво вираженими характеристиками особистості є:

- емоційна стабільність (фактор С);
- свідомість (фактор G);
- твердість (фактор I);
- недовірливість (фактор L);
- простота (фактор N);
- практичність (фактор M);
- цілеспрямованість (фактор O);
- консерватизм (фактор Q1);
- висока самостійність (фактор Q2);
- високий самоконтроль та сильна воля (фактор Q3);
- внутрішня розслабленість (фактор Q4).

При аналізі сукупності цих факторів у випробовуваних групи 3 (56-70 років), були виявлені такі особистісні особливості: спокійність, зрілість, впевненість, емоційна стійкість, витримка, рішучість, обов'язковість, відповідальність, готовність до дії, ґрунтовність, реалізм, жорсткість, цинічність, замкнутість, задоволеність станом речей.

Отримані результати узгоджуються з проведеними раніше дослідженнями фахівцями, що займаються даною проблематикою.

Таблиця 2.9.

Включені змінні

Крок	Включені	λ -Уїлкса		
		Статистика	Точне значення F	
			Статистика	Знач.
1	Фактор Q3	0,129	393,396	0,001
2	Фактор C	0,067	166,082	0,001
3	Фактор G	0,041	150,137	0,001
4	Фактор O	0,034	132,089	0,001
5	Рефлексивність	0,029	109,259	0,001
6	Фактор F	0,027	94,644	0,001

Джерело: складено автором

Для розробки емпірично обґрунтованої прогностичної моделі, що відображає структуру особистісних особливостей суб'єктів з інтернет-залежністю, був проведений дискримінантний аналіз. При проведенні дискримінантного аналізу була визначена змінна-критерій, яка являє собою номінативну змінну зі значеннями: 1 – група (19-35 років), 2 – група (36-55 років), 3 – група (56-70 років). Зміни – предиктори представлені факторами опитувальника Кеттела і рівнем рефлексивності. У дослідженні був використаний дискримінантний аналіз з покроковим відбором предикторів, при якому на кожному кроці включається змінна мінімізуюча індикатор λ -Уїлкса. Максимальна кількість кроків склала – 34. Мінімум часткового F-включення – 3,84; максимум часткового F-виключення – 2,71. Дані про включені змінні

представлені в табл. 2.9. Основні розрахунки з дискримінантного аналізу представлені в табл. 2.10 та табл. 2.11.

Таблиця 2.10.

Коефіцієнти канонічної дискримінантної функції

Функція	Фактор С	Фактор F	Фактор G	Фактор O	Фактор Q3	Рефлексивність	Константа
1	0,600	-0,096	0,426	-0,463	0,563	0,207	-5,266
2	-0,313	-0,341	0,505	0,330	-0,187	0,320	-1,805

Джерело: складено автором

У табл. 2.10. приведені коефіцієнти канонічної дискримінантної функції, що представляють собою нестандартизовані коефіцієнти і константу дискримінантного рівняння. На підставі цих даних будується дискримінантне рівняння для передбачення. За цим рівнянням підраховується значення функції для кожного з об'єктів.

$$d = -5,266 + 0,6 * \text{фактор С} - 0,096 * \text{фактор F} + 0,426 * \text{фактор G} - 0,463 * \text{фактор O} + 0,563 * \text{фактор Q3} + 0,207 * \text{рефлексивність}, \quad (2.1)$$

де d – очікувана група належності.

Для визначення належності до конкретної групи необхідно підставити значення включених змінних, розрахувати дискримінантний бал і співставити його з центроїдами груп. Вибирається та група, до центроїду якої ближчим є дискримінантний бал.

Центроїд являє собою значення функції, отримане при підстановці в дискримінантне рівняння середніх значень предикторів. У табл. 2.11 представлені значення центроїдів.

Таблиця 2.11.

Функції в центроїдах груп

Групуюча	Функція	
	1	2
Група 1 (19-35 років)	-5,148	-0,453
Група 2 (36-55 років)	-2,306	0,585
Група 3 (56-70 років)	7,454	-0,132

Джерело: складено автором

Нормовані коефіцієнти канонічної дискримінантної функції служать для визначення відносного внеску кожної змінної у значення дискримінантної функції з урахуванням впливу інших змінних. Чим більшим є абсолютне значення коефіцієнта, тим більшим є відносний внесок цієї змінної у значення дискримінантної функції, що розділяє класи. Максимальне абсолютне значення має фактор С, отже, найбільший внесок у поділ класів робить фактор С «емоційна нестабільність – емоційна стабільність». Незначно менше абсолютне значення має фактор Q3 «низький самоконтроль – високий самоконтроль». Далі йдуть фактор О «спокій – тривожність» і фактор G «низька нормативність поведінки – висока нормативність поведінки». Найменшим внеском володіють «рефлексивність» і фактор F «стриманість – експресивність».

Дискримінантне рівняння забезпечило 91,67% коректних результатів для тієї вибірки, за допомогою якої воно було створено. Відповідно, точність передбачення інтернет-залежності для інших випробовуваних може досягати 91,67% лише в тому випадку, якщо вибірка випробовуваних абсолютно ідентична тим 60 випробовуваним, дані по яких послужили основою прогнозу.

Аналізуючи дані можна стверджувати, що найбільший вплив на залежність чинить фактор С і фактор Q3, далі за ступенем значущості включені фактор О і фактор G.

2.3. Результати дослідження та їх обговорення

Соціальні мережі володіють великим адитивним потенціалом, тобто значним ризиком виникнення залежності. Перша причина полягає в тому, що спілкування в соціальних мережах дратує центри задоволення в мозку. Людина відчуває приємні емоції кожен раз, коли читає доброзичливий коментар під своєю фотографією, отримує «лайк», коли хтось залишає позитивний відгук тощо. Бажання повторного отримання цих емоцій несе його знову на простори соціальних мереж, змушуючи там проводити все більше і більше часу.

Друга причина криється в особливостях засвоєння інформації при роботі в багатокористувацьких веб-платформах. Залежний суб'єкт, який «сидить», наприклад, у «Фейсбук», отримує багато різномірної інформації дрібними порціями за маленький проміжок часу: прочитав коротенький коментар – відповів, тут же відкрив новини, там його погляд натрапив на цікавий пост у спільноті про науку, став читати, паралельно включивши аудіозапис, недочитав, так як увагу відвернуло повідомлення від друга, відповів і зайшов на сторінку цього друга подивитися, що там новенького. Швидкість і доступність – важливі передумови формування будь-якої залежності. Людина інстинктивно шукає найлегші шляхи для досягнення задоволення, нехай навіть ці шляхи є неефективними і призводять до шкідливих наслідків.

В ході анкетування ми виявили, що найбільше часу в соціальних мережах проводить молодь і люди середнього віку, респонденти старшого віку проводять в соціальних мережах в середньому менше 1 години в день. Молодь в основному використовує соціальні мережі для спілкування, люди середнього та старшого віку – для доступу до інформації. Молодь частіше знайомиться з новими людьми в соціальних мережах, іноді зустрічаючись з ними в реальному житті. Така поведінка не є властивою людям старшого віку.

На підставі аналізу результатів проведеного дослідження ми можемо зробити висновок, що наша гіпотеза про те, що певні поєднання особистісних рис виступають в якості передумов розвитку інтернет-залежності від соціальних мереж, отримала підтвердження.

Так, особи з інтернет-залежністю мають низький рівень рефлексивності, що не дозволяє проаналізувати почуття, емоції, вчинки як позитивні, так і негативні, що призводить до нерозуміння процесу перебігу власного життя і ще більше погіршує ситуацію внутрішньої напруженості. Особистісні особливості суб'єктів з інтернет-залежністю проявляються в емоційній нестійкості, підвищеній тривожності, невпевненості в собі, мнювальності, низькій стресостійкості, зайвій емоційній напруженості, фрустрованості, низькому контролю емоцій і поведінки, імпульсивності, залежності від настроїв.

Було визначено сукупність особистісних особливостей, які ведуть до інтернет-залежності від соціальних мереж. Для суб'єктів групи молоді (19-35 років) яскраво вираженими характеристиками особистості є: емоційна нестабільність; легковажність; готовність до спілкування в більшій мірі ніж в інших групах; висока тривожність; прямолінійність; радикалізм; конформізм; низький самоконтроль; емоційна напруженість. У випробовуваних молодого віку (19-35 років), були виявлені такі особистісні особливості: емоційна нестійкість, підвищена тривожність, невпевненість у собі, мнювальність, низька стресостійкість, зайва емоційна напруженість, фрустрованість, низький контроль емоцій і поведінки, імпульсивність, афективність, залежність від настроїв, найнижче «супер-его».

Для суб'єктів середнього віку (36-55 років) яскраво вираженими характеристиками особистості слід визнати: емоційну нестабільність в меншій мірі ніж у молоді і в більшій ніж у людей старшого віку; легковажність поведінки в меншій мірі ніж у молоді і в більшій ніж у людей старшого віку; менш високу тривожність у порівнянні з респондентами молодого віку, але

високу у порівнянні з людьми старшого віку; більший скептицизм ніж у молодих людей, але менший ніж у старших; більшу самостійність ніж у молоді, але меншу ніж у людей старшого віку; більш високий самоконтроль ніж в у людей молодого віку, але менше ніж у людей старшого віку; майже ідентичний рівень емоційної напруженості з віковою групою молоді, і набагато вищий ніж у старшої групи; чутливість, що співпадає з рівнем групи молоді; самий низький рівень самооцінки та самий високий рівень критичності до себе серед трьох груп. Доведено, що люди середнього віку більш роздратовані, схильні до заклопотаності, сентиментальні, привітливі, мають стійке почуття обов'язку, більшу стресостійкість, менший радикалізм і більший консерватизм, зайву емоційну напруженість, краще контролюють емоції і поведінку, мають більш високий самоконтроль та зайву критичність по відношенню до себе.

Для суб'єктів старшого віку (від 56 до 70 років) яскраво вираженими характеристиками особистості слід визнати: емоційну стабільність; свідомість; твердість; недовірливість; простоту; практичність; цілеспрямованість; консерватизм; високу самостійність; високий самоконтроль та сильну волю; внутрішню розслабленість та високе «супер-его». Обґрунтовано, що літні люди в основній своїй масі є спокійними, зрілими, впевненими, емоційно стійкими, витриманими, рішучими, обов'язковими, відповідальними, готовими до дії, ґрунтовними реалістами, в певній мірі жорсткими, цинічними, замкнутими і задоволеними станом речей.

Отримані результати узгоджуються з проведеними раніше дослідженнями фахівцями, що займаються даною проблематикою.

Отже, можна зробити висновок про те, що суб'єкти з групи молоді (19-35 років), які є найбільш інтернет-залежними від соціальних мереж, характеризуються низьким «супер-его» з такими проявами, як незрілість емоцій, нестійкість інтересів, нерозвиненість почуття відповідальності, низький контроль емоцій і поведінки, імпульсивність, конфліктність. Такі прояви

особистості поряд з притаманною тривожністю породжують почуття нестабільності, неприйняття навколишньої дійсності, що виражається в ухиленні від реальності шляхом занурення у віртуальний простір соціальної мережі, тому що даний спосіб «уходу» в сучасному світі є доступним як з матеріального боку, так і з технологічного. І навпаки суб'єкти з групи старшого віку (56-70 років) мають найнижчий рівень залежності від соціальних мереж. Суб'єкти групи середнього віку (36-55 років) займають проміжний рівень між попередньо зазначеними групами, а їх рівень залежності від соціальних мереж приймає середні значення.

Для експрес-діагностики інтернет-залежних осіб будь-якого віку необхідно включити в батарею тестів методики, спрямовані на діагностику таких особистісних рис як: емоційна нестабільність, низький самоконтроль, тривожність, низька нормативність поведінки, рефлексивність, експресивність.

Вихід із ситуації залежності від соціальних мереж вбачається наступний: потрібно проводити в таких мережах якомога менше часу і більше спілкуватися з друзями і рідними в реальності. Незайвим буде також знайти якесь нове хобі або згадати про старе. Навіть поїздка за місто з відмовою від виходу в соціальну мережу і користування модними технічними пристроями допоможе нагадати про прості радощі життя. Використовувати можливості соціальних мереж потрібно в міру, адже залежність послаблює людину і приносить одні негативні наслідки.

Необхідно обмежити час перебування в соціальних мережах, кількість відвідувань сторінок хоча б до двох разів на день. Замість того щоб після роботи швидко відкривати браузер і заходити в «Фейсбук» або «Інстаграм», можна вийти прогулятися або просто посидіти хвилин 10 спокійно на стільці з вимкненим монітором. Потрібно давати своєму мозку відпочити від інформації. В результаті наприкінці дня людина буде відчувати себе менш втомленою. Необхідно використовувати соціальні мережі тільки за цільовим призначенням,

тобто в якості інтерфейсу, що дозволяє спілкуватися, обмінюватися думками, дізнаватися про події.

Висновки до другого розділу:

1. Доведено, що найбільше часу в соціальних мережах проводить молодь і люди середнього віку, респонденти старшого віку проводять в соціальних мережах в середньому менше 1 години в день. Молодь в основному використовує соціальні мережі для спілкування, люди середнього та старшого віку – для доступу до інформації. Молодь частіше знайомиться з новими людьми в соціальних мережах, іноді зустрічаючись з ними в реальному житті. Така поведінка не є властивою людям старшого віку.

2. Обґрунтовано, що особи з інтернет-залежністю мають низький рівень рефлексивності, що не дозволяє проаналізувати почуття, емоції, вчинки як позитивні, так і негативні, що призводить до нерозуміння процесу перебігу власного життя і ще більше погіршує ситуацію внутрішньої напруженості. Виявлено особистісні фактори залежності від соціальних мереж у різних вікових групах.

3. Визначено, що суб'єкти з групи молоді (19-35 років), які є найбільш інтернет-залежними від соціальних мереж, характеризуються низьким «супер-его» з такими проявами, як незрілість емоцій, нестійкість інтересів, нерозвиненість почуття відповідальності, низький контроль емоцій і поведінки, імпульсивність, конфліктність. Такі прояви особистості поряд з притаманною тривожністю породжують почуття нестабільності, неприйняття навколишньої дійсності, що виражається в ухиленні від реальності шляхом занурення у віртуальний простір соціальної мережі, тому що даний спосіб «уходу» в сучасному світі є доступним як з матеріального боку, так і з технологічного. І навпаки суб'єкти з групи старшого віку (56-70 років) мають самий низький

рівень залежності від соціальних мереж. Суб'єкти групи середнього віку (36-55 років) займають проміжний рівень між попередньо зазначеними групами, а їх рівень залежності від соціальних мереж приймає середні значення.

ВИСНОВКИ

1. Досліджено еволюцію теоретичних положень Інтернет-залежності. Доведено, що проблема залежності від соціальних комп'ютерних мереж в науковій літературі традиційно розглядалась в контексті вивчення Інтернет-залежності. Термін «Інтернет-залежність» позначає велику кількість проблем поведінки та контролю над потягами, одною з яких є пристрасть до віртуальних знайомств – надмірність знайомих та друзів в мережі. Обґрунтовано, що серед чинників, які сприяють формуванню Інтернет-залежності, дослідники виділяють особливості Інтернет-середовища (інтерактивність, анонімність, контрольованість, відсутність обмежень тощо), індивідуальні особливості людини (шизоїдна та нестійка акцентуації, тривожність, сором'язливість, низька комунікабельність, незадоволеність комунікативних або сексуальних потреб, занижена самооцінка тощо, орієнтація на Інтернет-субкультуру, ідеалізація Інтернету) та особливості соціальної ситуації (самотність, відсутність взаєморозуміння в родині, труднощі у взаємодії з однолітками).

2. Досліджено особливості комунікативного середовища Інтернету в якості базису виникнення залежності від соціальних мереж. Зазначено, що у сучасному інформаційному суспільстві інтернет-комунікація виступає одним з основних каналів спілкування і взаємодії між людьми. Це спілкування акумулює в собі безліч різноманітних мовних практик, які протікають в самих різних дискусіях: академічних, рекламних, релаксаційних, педагогічних і багатьох інших. Обґрунтовано, що комп'ютерна комунікація залучила великі маси людей в активні процеси вербального публічного і міжособистісного спілкування, що фіксуються письмово і забезпечуються новими технологіями. Важливим є, що інтернет-комунікація чинить суттєвий вплив на внутрішній світ людини. Відбувається трансформація культури, у людини виникає можливість проявляти цілий спектр емоцій і ділитися цим з оточуючими. Доведено, що стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, масова споживча культура, соціально-політичні та економічні трансформації, а також наслідок високих

темтів таких змін, як зміна установок і цінностей, призводять до появи девіантних форм поведінки. Серед них – феномен залежності від соціальних мереж в Інтернет, що набуває значних масштабів.

3. Проаналізовано психологічний зміст залежності від соціальних мереж у різних вікових та гендерних групах. Наголошено, що існує певна специфіка використання соціальних мереж та Інтернет-комунікації в різних вікових та гендерних групах. Зроблено висновок, що різні фактори можуть впливати на включення людини в інтернет-комунікацію. У сучасному світі ключовим фактором виявляється вік. Незабаром вплив цього фактору може стати незначним. Люди старшого віку мають можливість тільки опосередковано впливати на інформаційний потік, вносячи туди інформацію, в основному за допомогою передачі інформації більш молодому поколінню, яке, в свою чергу, передає цю інформацію, спотворюючи її, у світовий інформаційний потік через Інтернет-технології. У сучасному світі люди старшого віку все більше і більше включаються в інформаційний обмін, все більше людей старшого віку мають сторінки в соціальних мережах або вміють шукати інформацію в Інтернеті. Зовсім інакше молодь і люди середнього віку включені в інформаційний обмін. Крім того, що вони мають більше каналів отримання інформації, вони можуть ефективно впливати на інформаційні потоки за допомогою Інтернет-технологій. Літня людина, багато в чому під тиском суспільства, свідомо обмежує себе і можливість комунікації з суспільством. Літні люди, маючи досить багато досвіду, не мають можливості передавати його далі, порушуючи тим самим спадкоємність поколінь, що призводить до втрати частини інформації та її спотворення. Але зі швидкою зміною поколінь і процесом старіння сучасної молоді така проблема повністю зникне, літні люди 21 століття вже повністю адаптовані до нового інформаційного середовища. Доведено, що найбільше часу в соціальних мережах проводить молодь і люди середнього віку, респонденти старшого віку проводять в соціальних мережах в середньому

менше 1 години в день. Молодь в основному використовує соціальні мережі для спілкування, люди середнього та старшого віку – для доступу до інформації. Молодь частіше знайомиться з новими людьми в соціальних мережах, іноді зустрічаючись з ними в реальному житті. Така поведінка не є властивою людям старшого віку.

4. Обґрунтовано, що особи з інтернет-залежністю мають низький рівень рефлексивності, що не дозволяє проаналізувати почуття, емоції, вчинки як позитивні, так і негативні, що призводить до нерозуміння процесу перебігу власного життя і ще більше погіршує ситуацію внутрішньої напруженості. Виявлено особистісні фактори психологічної залежності від соціальних мереж у різних вікових групах. Визначено, що суб'єкти з групи молоді (19-35 років), які є найбільш психологічно залежними від соціальних мереж, характеризуються низьким «супер-его» з такими проявами, як незрілість емоцій, нестійкість інтересів, нерозвиненість почуття відповідальності, низький контроль емоцій і поведінки, імпульсивність, конфліктність. Такі прояви особистості поряд з притаманною тривожністю породжують почуття нестабільності, неприйняття навколишньої дійсності, що виражається в ухиленні від реальності шляхом занурення у віртуальний простір соціальної мережі, тому що даний спосіб «уходу» в сучасному світі є доступним як з матеріального боку, так і з технологічного. І навпаки суб'єкти з групи старшого віку (56-70 років) мають самий низький рівень залежності від соціальних мереж. Суб'єкти групи середнього віку (36-55 років) займають проміжний рівень між попередньо зазначеними групами, а їх рівень психологічної залежності від соціальних мереж приймає середні значення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Башмаков М. И., Поздняков, С. Н., Резник, Н. А. Информационная среда обучения / М.И. Башмаков, С.Н. Поздняков, Н.А. Резник. Санкт-Петербург: СВЕТ, 1997. 400 с.
2. Белинская Е. П. Человек в информационном мире. Перспективы социальной психологии / Е. П. Белинская, под ред. Г. М. Андреевой, А. И. Донцова. Москва : Аспект Пресс, 2002. С. 203-220.
3. Бориснев С. В. Социология коммуникации / С. В. Бориснев. Москва: Юнити-Дана, 2003. 270 с.
4. Божович Л. И. Проблемы формирования личности /Л. И. Божович. Издание 2-е, Москва-Воронеж, 1997. 352 с.
5. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. Москва : РИП-холдинг, 2003. 174 с.
6. Браславец Л. А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы. *Вестник ВГУ. Серия: Филология и журналистика*. 2009. №1. С. 125-132.
7. Бородина Н. А. Психологическая причинность аддитивного поведения личности : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01. Новосибирск, 2005. 28 с.
8. Войскунский А. Е. Социальная перцепция в социальных сетях. *Вестник Московского университета. Сер. 14, Психология*. 2014. № 2. С. 90–104.
9. Винник В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу. *Философия науки*. 2012. №4 (55). С. 110-126.
10. Гузьман О. А. Комп'ютерна залежність підлітків. URL: <http://web.kpi.kharkov.ua/sp/guzman-o-a-lyashenko-n-o-komp-yuterna-zalezhnistpidlitkiv/> (дата звернення: 21.05.2020).

11. Гущина Н. І. Проблема захисту учнів від негативних впливів у соціальних мережах. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2011 № 7. С. 13-14.
12. Гурвич А. Г. Теория биологического поля / А.Г. Гурвич. Москва : «Советская наука», 1944. 155 с.
13. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 179-184.
14. Данько Ю. А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства. *Вісник Міжнародного слов'янського університету. Серія: Соціологічні науки*. 2012. Т. 15. № 1-2. С. 53-59.
15. Девтеров І. В. Характер соціальних комунікацій в мережі Інтернет. *Теорія і практика упр. соц. системами*. 2011. №3. С. 66-72.
16. Дмитриева Н. В. Аддитивная идентичность виртуально-зависимой личности : монография / Н.В. Дмитриева, О.В. Дубровина. Новосибирск : Издательство НГПУ, 2010. 248 с.
17. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете/ А.Е. Жичкина. Москва : Дашков и Ко, 2004. 117 с. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf> (дата звернення: 13.06.2020).
18. Зыкова А. В. Влияние информационных сетей на профессиональную социализацию специалистов. *Проблемы социализации личности в контексте непрерывного профессионально образования* : материалы Международной научно-практической конференции / Под общей редакцией профессора В.Н. Скворцова. 2014. С.62-65.
19. Зазнобина Т. В. Воля в структуре процесса самоуправления. *Современные исследования социальных проблем*. 2015. № 5 (49). С.510-518.
20. Кон И. С. Социология личности. Москва : Политиздат, 1967. 383 с.
21. Козлова Л. И. Личностные характеристики пользователей сети интернет, склонных к зависимости от многопользовательских ролевых онлайн-игр. *Мир науки, культуры и образования*. 2012. № 3 (34). С. 193-195.

22. Карабин Т. В. Особливості міжособистісного спілкування в мережі «Internet». *Актуальні проблеми психології. Т.1. Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія.* Київ : Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України, 2002, Ч.5. С.41–47.
23. Камінська О. В. Психологічні детермінанти формування інтернет-залежності. *Проблеми сучасної психології.* 2013. Вип. 22. С. 194-204.
24. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соціол. Наук : 22.00.01 / С. М. Коноплицький . Київ, 2007. 17 с.
25. Кулик Є. Культура віртуального спілкування / Є. Кулик, О. Бартош; ДЗ «Держ. б-ка України для юнацтва». Київ, 2010. 65 с.
26. Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии. Санкт-Петербург : СПбГУ, 2000. 47с.
27. Лютий В. П. Нехімічні адикції як предмет соціальної роботи / В.П.Лютий // *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (педагогічні науки).* № 11 (270), червень 2013 р. С. 158–166.
28. Малыгин В. Л. Интернет-зависимое поведение. Критерии и методы диагностики : учеб. пособие / В.Л. Малыгин, К.Л. Феликсов, А.С. Искандирова и др. Москва : МГСМУ, 2011. 32 с.
29. Митина О. В., Войскунский А. Е. Интернет в гендерном измерении / О. В. Митина, А. Е. Войскунский. Москва : Аспект-Пресс. 2005. С.204-216.
30. Назарова А. Социальные сети на работе: за или против? URL: <http://www.likeni.ru/analytics/social-media-na-rabote/> (дата звернення: 12.05.2020).
31. Олійник А. Facebook може викликати депресію. URL: <http://studway.com.ua/facebook-depresiya/> (дата звернення: 23.05.2020).

- 32.Онищенко О. С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія / Онищенко О. С., Горовий В. М., Попик В. І. ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2013. 220 с.
- 33.Посохова В. В. Комунікативні характеристики особистості, схильної до інтернет-залежності. *Наук. студії із соц. Та політ. психології* : зб. ст. Київ : Міленіум, 2005. Вип. 10 (13). С. 209-219.
- 34.Посохова В. Інтернет-середовище і формування гендерної ідентичності в процесі життєвого планування. *Соціальна психологія*. 2005. №4. С.153–162.
- 35.Рогов Е. И. Психология общения / Е.И. Рогов. Москва : ВЛАДОС, 2004. 336с.
- 36.Руководство по адиктологии / под ред. проф. В. Д. Менделевича. Санкт-Петербург : Речь, 2007. 768 с.
- 37.Сазанов В. М. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз / В.М. Сазанов. Москва : Лаборатория СВМ, 2010. 180 с.
- 38.Титаренко Т. М. Сучасна психологія особистості / Т. М.Титаренко. Київ : Марич, 2009. 232 с.
- 39.Турецька Х. І. Психологічні чинники Інтернет-залежності. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2012. №2 (2). С. 95-104.
- 40.Фрейд З. Психоаналитические этюды / З. Фрейд, сост. Д. И. Донской, В. Ф. Круглянский. Минск : Поппури, 2010. 736 с.
- 41.Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / В.М. Фатурова. Київ, 2004. 21 с.

- 42.Церковний А. Аспекти формування Інтернет-залежності. *Соціальна психологія*. 2004. №5. С.149–154.
- 43.Чепелева Н. В. Ідентичність особистості в контексті психологічної герменевтики. *Наук. студії із соц. та політ. психології* : зб. ст. Київ : Міленіум, 2006. Вип. 13 (16). С. 13–24.
- 44.Юрьева Л. Н. Комп'ютерна залежність: формування, діагностика, корекція і профілактика : монографія / Л.Н. Юрьева, Т.Ю. Ботьбот. Днепропетровск: Пороги, 2006. 196 с.
- 45.Юдакова, Н. Н. Как руководитель образовательного учреждения способен помочь учителям повысить эффективность образовательного процесса. URL: <http://wiki.iteach.ru> (дата звернення: 20.06.2020).
- 46.Янг К. С. Диагноз – Интернет-зависимость. *Мир Интернет*. 2000. № 2. С. 24–27.
- 47.Яровая М. Чего украинцы хотят от соцсетей и как брендам это использовать — исследование. URL: <http://ain.ua/2015/04/28/578033> (дата звернення: 10.06.2020).
- 48.Amnon Jacob SuissaNancy, M. Petry. An international consensus for assessing internet gaming disorder using the new DSM-5 approach / Nancy M. Petry, Florian Rehbein, Douglas A. Gentile et al. *Society for the Study of Addiction*. 2014. *Addiction*, 109. P. 1399-1406.
- 49.Ball-Rokeach S. J., Defleur M. L. A dependency model of mass-media effect / S.J. Ball-Rokeach, M.L. Defleur. *Communication Research*. 1976. Vol. 3. No. 1. P. 3–21.
- 50.Bandura A. Social cognitive theory of moral thought and action. In W. M. Kurtiness (Ed.) *Handbook of moral behavior and development*, Hillsdale /A. Bandura. NJ : Erlbaum. 1991. Vol. 1. PP. 45-103
- 51.Bell D. *The Coming of Post Industrial Society: A Venture in Social Forecasting* / D. Bell. Harmondsworth: Penguin : Peregrine. 1973. PP. 126-127.

- 52.Chen Qiang. Comparison of the personality and other psychological factors of students with internet addiction who do and do not have associated social dysfunction / Qiang Chen, Xing QUAN, Huimin LU, Pei FEI, Ming LI. *Shanghai Archives of Psychiatry*. 2015. V. 27. № 1. P. 36-41.
- 53.Jung K. G. Die Bedeutung von Konstitution und Vererbung for die Psychologie. *Ges. Werke*. 1967. Bd.8. PP. 418-423.
- 54.Goldberg L. R. An alternative description of personality: The Big Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1990. Vol. 59. PP. 1216-1229.
- 55.Hovland C. I., Lumsdaine A. A., Sheffield F. D. Experiments in Mass Communication /C.I. Hovland, A.A. Lumsdaine, F.D. Sheffield. New York : Princeton University Press, 1949. 345 p.
- 56.Lippmann W. Public Opinion /W. Lippmann. New York : The Press; London : Collier Macmillan, 1965. 272 p.
- 57.Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. New York : Free Press, 1944. 187 p.
- 58.Lasswell H. D. The structure and function of communication in society /H.D. Lasswell. *The Communication of Ideas; in L. Bryson*. New York : Harper and Brothers. 1948. PP. 37–51.
- 59.MacNeil R. The People Machine: The Influence of Television on American Politics /R. MacNeil. London : Egge & Spottiswoode, 1970. 364 p.
- 60.MehwashMehroof B. Sc. Online Gaming Addiction: The Role of Sensation Seeking, Self-Control, Neuroticism, Aggression, State Anxiety, and Trait Anxiety / MehwashMehroof, B.Sc., Mark D. Griffiths, Ph.D. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*. 2010. V. 13. № 3. P. 313-316.
- 61.Mike Z. Yao. The Influence of Personality, Parental Behaviors, and Self-Esteem on Internet Addiction: A Study of Chinese College Students / Mike Z.

- Yao, Jing He, Deborah M. Ko, Kaichung Pang. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*. 2014. V. 17, № 2. P. 104-110.
62. Read H. *Communication: Methods for All Media* / H. Read. Urbana; Chicago; London, 1972. 395 p.
63. Shi Qing-Xin. Internet Addiction and Sensation Seeking of Middle and High School Students / Qing-Xin Shi, Zhou Rong-Gang, GE Yan, Qin Xian-Gang. *Chinese Mental Health Journal*. 2005. Vol.19. No.7. P. 453-462.
64. Tajfel H. The social identity theory of intergroup behavior. [Cited 2010, 8 Dec.].
URL: <http://amadeus.management.mcgill.ca/~mark.mortensen/orgweb/summaries/mse/content/Tajfel+Turner.html> (Last accessed: 02.06.2020).
65. Vardaman G. T. *Effective Communication of Ideas* / G.T. Vardaman. New York, 1970. 255 p.
66. Young K. S. *Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment* / K. S. Young // (Cited 2010, 8 Dec.). URL: <http://www.netaddiction.com/articles/symptoms.htm> (Last accessed: 15.05.2020).
67. Young K. S. *What Makes the Internet Addictive: Potential Explanations for Pathological Internet Use* / K. S. Young (Cited 2010, 8 Dec.). URL: <http://www.netaddiction.com/articles/habitforming.htm> (Last accessed: 12.06.2020).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Кодекс академічної доброчесності здобувача вищої освіти Херсонського державного університету

Я,

учасник(ця) освітнього процесу Херсонського державного університету, **УСВІДОМЛЮЮ**, що академічна доброчесність – це фундаментальна етична цінність усієї академічної спільноти світу.

ЗАЯВЛЯЮ, що у своїй освітній і науковій діяльності **ЗОБОВ'ЯЗУЮСЯ**:

– дотримуватися:

- вимог законодавства України та внутрішніх нормативних документів університету, зокрема Статуту Університету;
- принципів та правил академічної доброчесності;
- нульової толерантності до академічного плагіату;
- моральних норм та правил етичної поведінки;
- толерантного ставлення до інших;
- дотримуватися високого рівня культури спілкування;

– надавати згоду на:

- безпосередню перевірку курсових, кваліфікаційних робіт тощо на ознаки наявності академічного плагіату за допомогою спеціалізованих програмних продуктів;
- оброблення, збереження й розміщення кваліфікаційних робіт у відкритому доступі в інституційному репозитарії;
- використання робіт для перевірки на ознаки наявності академічного плагіату в інших роботах виключно з метою виявлення можливих ознак академічного плагіату;

– самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного й підсумкового контролю результатів навчання;

– надавати достовірну інформацію щодо результатів власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використаних методик досліджень та джерел інформації;

– не використовувати результати досліджень інших авторів без використання покликань на їхню роботу;

– своєю діяльністю сприяти збереженню та примноженню традицій університету, формуванню його позитивного іміджу;

– не чинити правопорушень і не сприяти їхньому скоєнню іншими особами;

– підтримувати атмосферу довіри, взаємної відповідальності та співпраці в освітньому середовищі;

– поважати честь, гідність та особисту недоторканність особи, незважаючи на її стать, вік, матеріальний стан, соціальне становище, расову належність, релігійні й політичні переконання;

– не дискримінувати людей на підставі академічного статусу, а також за національною, расовою, статевою чи іншою належністю;

– відповідально ставитися до своїх обов'язків, вчасно та сумлінно виконувати необхідні навчальні та науково-дослідницькі завдання;

– запобігати виникненню у своїй діяльності конфлікту інтересів, зокрема не використовувати службових і родинних зв'язків з метою отримання нечесної переваги в навчальній, науковій і трудовій діяльності;

– не брати участі в будь-якій діяльності, пов'язаній із обманом, нечесністю, списуванням, фабрикацією;

– не підроблювати документи;

– не поширювати неправдиву та компрометуючу інформацію про інших здобувачів вищої освіти, викладачів і співробітників;

– не отримувати і не пропонувати винагород за несправедливе отримання будь-яких переваг або здійснення впливу на зміну отриманої академічної оцінки;

– не залякувати й не проявляти агресії та насильства проти інших, сексуальні домагання;

– не завдавати шкоди матеріальним цінностям, матеріально-технічній базі університету та особистій власності інших студентів та/або працівників;

– не використовувати без дозволу ректорату (деканату) символіки університету в заходах, не пов'язаних з діяльністю університету;

– не здійснювати і не заохочувати будь-яких спроб, спрямованих на те, щоб за допомогою нечесних і негідних методів досягати власних корисних цілей;

– не завдавати загрози власному здоров'ю або безпеці іншим студентам та/або працівникам.

УСВІДОМЛЮЮ, що відповідно до чинного законодавства у разі недотримання Кодексу академічної доброчесності буду нести академічну та/або інші види відповідальності й до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення принципів академічної доброчесності.

(дата)

(підпис)

(ім'я, прізвище)

ДОДАТОК Б

Анкета учасника дослідження

Шановний учасник дослідження!

Просимо Вас взяти участь у проведеному нами дослідженні з метою вивчення поведінки людини в соціальних мережах. Опитування проводиться анонімно, всі дані будуть використані в узагальненому вигляді.

Будь ласка, позначте в кожному питанні один варіант відповіді. Де необхідно, впишіть свій варіант відповіді.

1. Чи готові ви взяти участь у дослідженні?

А) Так переходьте до подальших питань.

Б) Ні повідомте досліднику про своє небажання брати участь у дослідженні.

2. Скільки часу, в середньому, Ви проводите в соціальних інтернет-мережах?

А) більше 8 годин на добу Б) від 4 до 8 годин на добу В) від 2 до 4 годин на добу Г) менше 1 години на добу Д) від 1 до 4 годин на тиждень Е) менше 1 години на тиждень

3. Чим Ви зазвичай займаєтеся в соціальних мережах? (Виберете 5 найбільш часто здійснюваних видів Інтернет-активності).

Користування месенджерами/поштою(особистою та робочою)

Цілеспрямований пошук інформації (навчання, робота, хобі)

Спілкування через миттєві повідомлення

Відвідування новинних ресурсів у соціальних мережах

Отримання інформації про ігри/кіно/музику/літературу

Відвідування ресурсів за інтересами

Спілкування в чатах/форумах соц. мереж

Покупки в Інтернет-магазинах соц. мереж

Ігри через соціальні мережі

Читання і ведення блогів/влогів

Спілкування з метою знайомств

Коментарі в соціальних мережах

4. Чи знайомитеся Ви з новими людьми в соціальних мережах?

А) Так

Б) Ні > переходьте, будь ласка, до запитання № 6

5. Чи зустрічаєтеся Ви з ними в реальному житті?

А) Так

Б) Ні

6. Чи підписуєте Ви різні петиції в соціальних мережах?

А) Так

Б) Ні

7. Чи берете ви участь у різних акціях і мітингах у реальному житті?

А) Так

Б) Ні

8. Чи є у Вас сторінки в декількох соціальних мережах?

А) Так

Б) Ні

9. Будь ласка, вкажіть вашу статть:

А) Чоловіча

Б) Жіноча

10. *Вкажіть, будь ласка, Ваш вік:*

А) від 19 до 35 років

Б) від 36 до 55 років

В) від 56 до 70 років

Дякуємо за увагу!