

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України

На правах рукопису

**МАЛЄЄВА НАТАЛІЯ СЕРГІЇВНА**

УДК: 316.6:316.774:316.776.34

**КОМУНІКАТИВНІ ІНТЕРНЕТ-ПРАКТИКИ ЗАЛЕЖНОЇ  
ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ МОЛОДІ**

19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи

Дисертація на здобуття наукового ступеня  
кандидата психологічних наук

**Науковий керівник:**  
кандидат психологічних наук  
**Посохова Віра Валеріївна**

Київ-2017

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК МОЛОДІ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ.....	12
1.1. Комунікативні практики у системі соціальних інтернет-практик: соціально-психологічний зміст та особливості.....	12
1.2. Соціальні мережі як середовище розгортання комунікативних практик.....	21
1.3. Залежність від соціальних мереж та їх вплив на життя особистості: критерії, форми прояву, чинники.....	27
1.4. Особливості комунікації молоді, схильної до мережевої залежності...36	
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	45
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК МОЛОДІ ІЗ РІЗНИМ РІВНЕМ ЗАХОПЛЕНOSTІ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ.....	47
2.1. Обґрунтування емпіричної моделі дослідження комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді .....	47
2.2. Етапи та методи емпіричного дослідження комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді .....	60
2.3. Визначення рівня залежності молоді від соціальних мереж та кіберкомунікативної адикції.....	70
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	91
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНИХ ІНТЕРНЕТ-ПРАКТИК ЗАЛЕЖНОЇ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ МОЛОДІ.....	93
3.1. Аналіз провідних мотивів, інтересів користування молоддю соціальними мережами та основних напрямів їх діяльності в кіберпросторі.....	93
3.2. Особливості комунікативних інтернет-практик молоді, залежної від соціальних мереж та вільної від адикції.....	114

3.3. Соціально-психологічні рекомендації із профілактики залежності користувачів від соціальних мереж та шляхів оптимізації мережної комунікації .....	150
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3 .....	159
ВИСНОВКИ.....	161
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	164
ДОДАТКИ.....	185

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Сьогодні розгортання комунікативних інтернет-практик, яке стало можливим завдяки появі та розвитку всесвітньої мережі Інтернет, окрім великого спектру можливостей та свобод, що відкриваються користувачам мережного простору, має також і суттєві негативні наслідки, такі як порушення етичних та моральних норм, агресивні форми комунікації, конфліктність, надмірна захопленість молоддю соціальними мережами та залежність від них. Це потребує пошуку шляхів профілактики залежності молодих людей від соціальних мереж та конструктивної організації ними комунікативного простору у віртуальному світі.

Про особливості та властивості соціальних мереж як нового типу спільнот, що виникають і функціонують у кіберпросторі говорять О. П. Белінська, Т. О. Галіч, Г. В. Градосельська, Є. І. Нестерова, В. Ю. Нестеров, В. Л. Сілаєва. Психологічні феномени міжособистісної взаємодії, опосередкованої новітніми інформаційними технологіями вивчали О. П. Белінська, О. Є. Войскунський, А.Голдберг, А. Є. Жичкіна, А. Л. Радкевич, серед вітчизняних вчених – І. В. Кузнєцова, Б. П. Лазоренко, Т. О. Ларіна, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, О. В. Петрунько, В. В. Посохова, Х. І. Турецька, М. В. Яворський та ін.

У західній психології поняття «практика» визначається як сукупність прийнятих у культурі способів діяльності людей, що виражаються в рутинних діях індивіда, конкретних навичках, спрямованих на засвоєння та перетворення дійсності (Л. Вітгенштейн, Е. Дюркгейм, М. Полані, Г. Райл). У вітчизняній психології висвітлюються різні аспекти соціально-психологічних практик життєконструювання: постнекласичні практики свободи (Л. Д. Бевзенко), соціально-психологічні практики конструювання життєвого шляху особистості (Т. М. Титаренко), практики у соціальному контексті та практики конструювання партнерських стосунків (Ю. Д. Гундертайло, О. Г. Злобіна), рефлексивність та управління постнекласичними практиками (В. В. Кизима), гра з умовностями як

практика самоконструювання (О. М. Кочубейник), практики життєтворення особистості за допомогою соціальних сервісів Інтернет-мережі (В. В. Посохова), практики життєконструювання у просторі залежних стосунків (Я. А. Гавриленко), нарративні практики конструювання подружніх стосунків (Ю. А. Чаусова).

Проблема Інтернет-залежності як явища досліджується в контексті гендерних особливостей (Г. Вілдер, Р. Вільямс, С. Макі, С. Фаренга), особистісної ідентичності схильних до кіберзалежності (Х. І. Турецька), специфіки життєвого планування Інтернет-залежної молоді (В. В. Посохова), особливостей ігрової залежності (В. В. Зайцев, О. В. Литвиненко, Т. О. Мотрук, С. І. Степанова), залежності від соціальних мереж як виду Інтернет-адикції (М. Гріффітс, О. Є. Поліванова, М. Шоттон, К. Янг, С. Г. Яновська).

Попри значну увагу науковців до проблеми й досі бракує ґрунтовного вивчення особливостей конструювання мережної комунікації молоддю та специфіки комунікативних інтернет-практики молоді залежної від соціальних мереж. Соціальна значущість і недостатня розробленість цієї проблеми й зумовили вибір теми дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Тема дослідження належить до комплексної теми лабораторії соціальної психології особистості Інституту соціальної та політичної психології НАПН України «Соціально-психологічні практики особистісного життєконструювання у сучасному світі» (державний реєстраційний номер 0111U001266), що розроблялася у 2013-2015 роках. Тему дисертації узгоджено бюро Міжвідомчої ради з координації наукових досліджень з педагогічних і психологічних наук в Україні (протокол №5 від 27 травня 2014 року).

**Мета дослідження:** розкрити зміст і специфіку комунікативних інтернет-практик залежної від соціальних мереж молоді та розробити рекомендації із профілактики мережевої залежності.

**Об'єкт дослідження:** комунікативні практики користувачів соціальних інтернет-мереж.

**Предмет дослідження:** особливості комунікативних інтернет-практик молоді, залежної від соціальних мереж.

**Завдання дослідження:**

1. Здійснити теоретичний аналіз вітчизняних і зарубіжних досліджень проблеми соціальних та комунікативних практик в Інтернет-середовищі для визначення особливостей комунікативних практик молоді, яка схильна до мережевої адикції.

2. Обґрунтувати методичні засади та розробити емпіричну модель дослідження комунікативних інтернет-практик молоді, виявити психологічні особливості прояву захопленості соціальними мережами в групах із різним рівнем залежності від соціальних мереж, вікових і статевих відмінностей такої залежності.

3. Розкрити особливості комунікативних інтернет-практик молоді із різним рівнем адикції від соціальних мереж та визначити специфіку комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді.

4. Розробити соціально-психологічні рекомендації із профілактики розвитку залежності від соціальних мереж та конструктивної організації молоддю комунікативного простору в інтернет-мережі.

**Методи дослідження.** Для досягнення мети дослідження та вирішення поставлених завдань використано систему загальнонаукових методів теоретичного та емпіричного дослідження:

- *загальнотеоретичні* – аналіз, синтез, порівняння, класифікація, узагальнення – для з'ясування стану розробленості предмету дослідження та визначення концептуальних засад вивчення комунікативних інтернет-практик, для розкриття соціально-психологічного змісту залежності від соціальних мереж; систематизація, інтерпретація емпіричних результатів – для розкриття специфіки комунікативних практик молоді, залежної від соціальних мереж та вільної від залежності, для створення авторської анкети та розробки програми соціально-психологічних рекомендацій із

профілактики розвитку залежності від соціальних мереж та конструктивної організації молоддю комунікативного простору в інтернет-мережі;

- *методи збору емпіричних даних*: опитувальник, спрямований на розкриття міри захопленості Інтернетом (PI3) В. В. Посохової – для визначення рівня залежності досліджуваних від соціальних інтернет-мереж; опитувальник на кіберкомунікативну залежність А. В. Тончевої, що використовується з метою встановлення рівня залежності досліджуваних від спілкування у соціальних мережах; опитувальник В. Ф. Ряховського «Визначення рівня комунікабельності» – для з'ясування рівня комунікабельності молоді у реальному житті та виявлення його зв'язку із залежністю від соціальних мереж та кіберкомунікативною залежністю; анкета мотивації використання Інтернету В. М. Фатурової – для отримання інформації про мотивацію користування досліджуваними соціальними інтернет-мережами; авторська анкета для виявлення специфіки комунікативних практик залежної від соціальних мереж та вільної від залежності;

- *математико-статистичні методи*: описова математична статистика; статистичне порівняння середніх значень (критерій  $\chi^2$  Пірсона); аналіз надійності методик (за індексом  $\alpha$ -Кронбаха) та форми розподілу даних (за критерієм Колмогорова-Смирнова); обрахування коефіцієнтів кореляції (кореляційний аналіз Спірмена та часткова кореляція); ієрархічний кластерний аналіз (методом Варда), кластерний аналіз за методом *k-середніх* – для визначення специфіки комунікативних інтернет-практик залежної від соціальних мереж молоді у порівнянні з молоддю, вільною від залежності; критерій U-Мана-Уїтні та Н-критерій Краскалла-Уоллеса з метою виокремлення статистично значущих відмінностей між групами різної статі. Для аналізу даних авторської анкети було використано метод контент-аналізу. Обробка даних виконувалась за допомогою програм SPSS (версія 19.0).

### **Наукова новизна роботи:**

– *уперше виявлено* особливості повсякденних комунікативних інтернет-практик молоді із різним рівнем захопленості соціальними мережами та визначено їх специфіку залежної від соціальних мереж молоді:

- практики вільних від мережевої залежності користувачів характеризуються різноманіттям, змінюваністю, наповненням новим конструктивним змістом, відкритістю, гнучкістю, передбачуваністю; в процесі їх розгортання актуалізуються потреби самопізнання, саморозвитку, розширення меж комунікативного простору та самостійної організації власного життєвого простору; у мережному просторі молодь надає перевагу пошуку та обміну інформацією, розвагам; пріоритетними в процесі інтернет-комунікації для неї є *практики* самоосвіти, саморозкриття, самовдосконалення, взаємопідтримки, взаємодопомоги, підтримання дружніх відносин, обміну інформацією; ставляться вільні користувачі до мережевої комунікації як до важливої частини життя, додаткового засобу для спілкування, розваг та відпочинку, а також джерела нової інформації та власного розвитку;

- практики передзалежних молодих людей характеризуються різноманіттям, відкритістю та, водночас, мають більш формальний, поверхневий, демонстративний та фоновий характер, що може стати сигналом розвитку адикції; в процесі їх розгортання актуалізуються потреби розширення меж повсякденної комунікації та організації власного комунікативного простору у соціальних мережах, отримання позитивних емоцій та покращення настрою, демонстрації своїх досягнень; вони цінують відсутність зовнішнього контролю, зобов'язань та свободу вибору; передзалежні молоді люди надають перевагу мережним іграм та діловим справам; пріоритетними в процесі комунікації для них є *практики* самопідтримки, самодемонстрації, відволікання, встановлення нових контактів та онлайн-знайомств, розваг та відпочинку, взаємодопомоги та взаємо підтримки;



- пріоритетними комунікативними інтернет-практиками *молоді, залежної від соціальних мереж* є: *пошук інформації* і висловлення власних думок щодо неї та самоутвердження як демонстрація активності, бажання бути в центрі уваги; *коментування* – висловлюють думки в різкій формі, провокуючи інших на вираження агресії, що сприяє виникненню ситуації флуду, флейму, тролінгу, сперечань та конфліктів; *уникання* – обмежують доступ до свого акаунту сторонніх користувачів та уникають відповідальності у разі подальшої участі в конфліктних ситуаціях; встановлення контактів ситуативне, нетривале, практично не відбувається за їх ініціативою; особливостями їхніх практик є закритий формат, підвищена агресія, відчуженість, захисний та компенсаторний характер; знецінення реальності, проблем, комунікації та проведення часу в реальному світі та, водночас посилення цінності і значимості віртуального життя; в процесі розгортання цих практик актуалізуються потреби самовираження та доведення власних думок, самоутвердження та підвищення самооцінки, психологічної захищеності, а також безпеки та чітких меж приватності в онлайн-просторі;

– *уточнено та конкретизовано* поняття комунікативних інтернет-практик, що розгортаються у віртуальному просторі – вони визначаються як звична повсякденна діяльність, результатом якої є реалізація щоденної комунікації за допомогою новітніх технологій та комунікативно-технічних засобів;

– *набули подальшого розвитку* уявлення про мережеву комунікацію в контексті визначених комунікативних інтернет-практик осіб із різним рівнем захопленості соціальними мережами.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості їх використання при розробці освітніх і медійних програм профілактики залежності молоді від соціальних мереж; у роботі соціально-психологічних служб (у консультуванні, психокорекції, розробці тренінгів і семінарів) із подолання залежності молоді від соціальних мереж, інформування та надання психологічної підтримки щодо конструктивної організації ними

комунікативного простору у віртуальному світі; в підвищенні кваліфікації практичних психологів, соціальних та педагогічних працівників за проблемою кіберкомунікативної адикції підростаючого покоління та уникнення її негативних наслідків. Теоретичний та емпіричний матеріал буде корисним для подальших досліджень мережевої комунікації особистості; для розробки та викладання навчальних курсів із загальної, вікової, соціальної психології, медіапсихології та медіаосвіти.

Результати дослідження **впроваджено** у практику роботи Центру соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді м. Києва (довідка №955 від 18-11-2016); Клавдіївської загальноосвітньої школи I-III ступенів Олександра Рибалка, Київської області Бородянського району смт. Клавдієво-Тарасове (довідка №26 від 17-02-2017); громадської організації «Академія чемпіонів» (довідка №2 від 18-02-2017).

**Апробація результатів дослідження.** Основні результати дослідження були представлені на засіданнях лабораторії соціальної психології особистості Інституту соціальної та політичної психології НАПН України; VII Міжнародній науково-практичній конференції «Проблема особистості в сучасній психології: теорія, методологія, практика» (м. Одеса, 2014); V Міжнародній науково-практичній конференції «Психологія переживання кризових подій» (м. Ніжин, 2014); Другій міжнародній науково-практичній конференції «Соціальні, психологічні та політичні проблеми транскордонної безпеки» (м. Одеса, 2016); II Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів і молодих учених «Особистість як об'єкт психологічного впливу» (м. Кривий Ріг, 2016); VI Міжнародній науково-практичній конференції «Психологічні проблеми майбутнього в контексті різних соціокультурних вимірів» (м. Ніжин, 2016); VII Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Соціально-психологічні особливості професійної діяльності працівників соціальної сфери: виклики сьогодення» (м. Мелітополь, 2016).

**Публікації.** Основний зміст роботи відображено у 8 публікаціях, у тому числі 5 статтях у наукових фахових виданнях, затверджених МОН України, 1 – у науковому виданні, внесеному до міжнародних наукометричних баз.

**Структура дисертації.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 188 найменувань, з яких 30 – іноземною мовою, та додатків. Загальний обсяг дисертації становить 210 сторінок, основний зміст роботи викладено на 163 сторінках. Робота містить 8 таблиць і 26 рисунків, які займають 19 сторінок.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК МОЛОДІ В ІНТЕРНЕТ- СЕРЕДОВИЩІ

У розділі здійснено теоретичний аналіз вітчизняних та зарубіжних соціально-психологічних досліджень соціальних інтернет-практик та комунікативних практик в Інтернет-середовищі. Розкрито природу комунікативних практик як соціально-психологічного феномену, розглянуто специфіку соціальних мереж як комунікативного середовища. Проаналізовано вплив соціальних мереж на життя особистості та особливості комунікації молоді, яка схильна до мережевої адикції.

### **1.1. Комунікативні практики у системі соціальних інтернет-практик: соціально-психологічний зміст та особливості**

Основні тенденції розвитку сучасного суспільства визначаються еволюцією інформаційно-комунікативних технологій, впровадження яких призводить до виникнення нових соціальних феноменів та суттєвої зміни соціальної реальності. Така реальність визначається комунікативним характером та появою нової форми комунікації – електронної. Стає очевидним, що одним з найпопулярніших інструментів взаємодії індивідів та розгортання за їх допомогою комунікативних практик, є нові інформаційно-технічні засоби, а саме Інтернет, комп'ютери, планшети, мобільні телефони та різноманітні гаджети. Саме тому сучасне суспільство називають інформаційним, комп'ютерним, мережевим, а комунікацію все більше вивчають у поєднанні з технічними засобами, а саме мережну комунікацію, інтернет-комунікацію.

Завдяки глобальній мережі Інтернет стало можливим розгортання соціальних практик, зокрема, комунікативних, незалежно від місця проживання, місцезнаходження, національної приналежності, статі, віку,

способу життя тощо. Ці практики допомагають зрозуміти та охарактеризувати діяльність та повсякденне життя сучасної особистості, її світогляд, цінності, взаємодію з навколишнім середовищем і самою собою.

На сьогодні не існує універсального визначення поняття «соціальні практики». Різні наукові дослідження розглядають це соціально-психологічне явище як спосіб взаємодії із собою та навколишнім середовищем [31; 145; 147; 153; 154], конкретну щоденну звичну діяльність [15; 16; 18; 26; 30; 31; 155], сукупність дій або навичок поведінки з предметами та людьми [26; 61; 70], практичні знання та конкретні навички, результатом яких є вміння виконувати певні дії [26; 107].

В другій половині ХХ століття поняття соціальних практик починає вживатися у множині, що визначило перехід до нової парадигми соціального аналізу. Соціальні практики актуалізуються як інструменти соціологічного аналізу в теорії структуралістського конструктивізму П. Бурдьє, етно-методології Г. Гарфінкеля, теорії структурації Е. Гідденса. В центрі уваги дослідників знаходиться проблема взаємозв'язку практик та комунікації, практик та повсякденної життєдіяльності.

Б. Бурдьє розглядав соціальні практики як цілеспрямовані обґрунтовані дії, що робить індивід у відповідності тим уявленням про навколишню дійсність, які склалися у суспільстві, а також як звичні рутинні маніпуляції, які не завжди піддаються раціональному поясненню. Виходячи з уявлень про повсякденні нерелфлексивані практики, дослідник вводить поняття габітуса та визначає його як систему стійких структур, що породжує нескінченне число практик. Опора на габітус, з одного боку, дає можливість практикам бути детермінованими соціальним середовищем, а з іншого боку, самим детермінувати зміни цього середовища, змінюючи його структуру. Отже, соціальною практикою можна вважати як доцільні дії індивідів по перетворенню соціального світу, так і щоденні, звичні вчинки, що не вимагають пояснення і здаються нелогічними та безглуздими, однак є звичними. В одній практиці можуть бути наявні елементи інших практик,

тих, які були здійснені в інших умовах та обставинах. Таким чином, у неї є багато складових елементів та може бути більш або менш довга історія, яка вказує на передумови її формування та зв'язок із соціальними структурами [8; 15; 16; 26].

За теоретичною концепцією Е. Гідденса сфера повсякденності як первинна соціальна реальність являє собою постійно відтворювані дії, пов'язані з певною ситуацією. Саме ці рутинізовані дії і є соціальними практиками. На його думку, всі соціальні практики є впорядкованими у просторі та часі та прив'язаними до певного контексту, фону [30; 31]. Основу розуміння терміну «фон» (background), запозиченого з гештальтпсихології, у теорії практик було закладено Л. Вітгенштейном, який розглядав дане поняття як весь сенс змісту життя, на основі якого виокремлюється певний вид діяльності або практики. Таким чином, фоном є сама культура суспільства, а одні і ті самі види практики, які відбуваються на різному фоні, можуть мати різне значення [26].

В. Волков доповнював, що найпростіше розуміння фонові практики є «просто контекст, в якому інтерпретується висловлювання або поведінка». На думку Дж. Серля, розуміння будь-якого, навіть найпростішого висловлювання вимагає певних знань про дану культуру та прийняті в ній способи діяльності. Без цих знань це висловлювання може бути беззмістовним та незрозумілим [26]. Ми погоджуємося з дослідниками, оскільки кіберпростір є середовищем масової комунікації, в якій приймає участь велика кількість людей з різних куточків планети, що відрізняються між собою досвідом, культурою, картиною світу. Для взаєморозуміння користувачів необхідною умовою є знання особливостей комунікації у Мережі, специфіки кіберкультури з її поняттями, цінностями, специфічною мовою, традиціями, а також слідування певним стандартам та правилам, що є спільними для всіх.

Будучи одними з найпопулярніших сучасних засобів масової комунікації, Інтернет та соціальні мережі стали звичною та невід'ємною

частиною повсякденного життя суспільства, що характеризує їх як важливу частину сучасної соціальної реальності. З їх допомогою мільйони людей щодня без зайвих зусиль мають змогу підтримувати вже існуючі соціальні зв'язки або займатися пошуком та розвитком нових. Таким чином, відбувається «рутинізація» практичних дій (за П. Бергером та Т. Лукманом «хабітуалізація» (*habitualization*), тобто «узвичаєння»), завдяки чому забезпечується стабільність щоденної діяльності особистості. Крім того, маючи визначений наперед набір дій, зникає необхідність постійно вирішувати одні й ті самі завдання, що передбачає стабільну основу для відтворення людської діяльності з мінімальною витратою зусиль [13; 30; 31].

Узагальнюючи результати аналізу категорії соціальних практик дослідниками другої половини ХХ століття, можна зробити висновок, що *соціальні практики являють собою* сукупність реальних, повторюваних і свідомих дій та навичок, що ґрунтуються на колективному досвіді та забезпечують стабільність життєдіяльності.

Найбільш повне описання основних властивостей соціальних практик запропонував Г. Гарфінкель. Основні формальні властивості соціальних практик в його розумінні – це те, що за повсякденними соціальними взаємодіями можна простежити та дати їм раціональне конкретне пояснення. Дослідник вважав, що пояснюючи свої дії, індивіди роблять ці дії раціональними, тим самим роблячи соціальне життя більш упорядкованим та зрозумілим. В основі повсякденних дій лежить взаємне розуміння індивідами одне одного, яке є не лише сукупністю формальних правил, а певною згодою між ними, що є необхідною для «нормальної» соціальної взаємодії [29].

Поняття *комунікативних практик* також не є однозначним. З одного боку, комунікативні практики можуть розглядатися як вид соціальних практик, пов'язаних з отриманням та передачею інформації, відтворенням комунікації. З іншого боку, це поняття може бути синонімічним комунікативним діям. Таке розуміння було запропоновано Ю. Хабермасом, який розглядав комунікацію як базовий соціальний процес. На його думку,

історично комунікативні дії були першими, з яких згодом виділились пізнавальні та інструментальні акти. Тому комунікація являє собою не просто засіб, а самоціль суспільного життя [26; 146].

Зміни у повсякденних комунікативних практиках сучасної людини характеризується також певними протиріччями. Вільний доступ до великого масиву інформації розширює можливості для креативного пошуку, розвитку індивідуальності, глобальні мережі сприяють встановленню міжособистісних контактів. Однак з іншого боку, поступово руйнуються традиційні зв'язки, кількість безпосередньої взаємодії особи з іншими людьми зменшується, а збільшується кількість анонімного, формального спілкування посередництвом електронних технологій, в процесі якого людина втрачає стать, вік, голос, національність та інші соціальні характеристики. В результаті втрачаються навички повноцінного спілкування, які вимагають від особистості роботи над собою, уваги, душевних зусиль, толерантності, розуміння тощо.

На сучасному етапі суспільного розвитку за допомогою Інтернету та соціальних мереж, що стали звичною та невід'ємною частиною повсякденного життя суспільства, мільйони людей щодня без зайвих зусиль мають змогу підтримувати вже існуючі соціальні зв'язки або займатися пошуком та розвитком нових. Кіберпростір певною мірою є продовженням реального життя, доповненого новими функціями, додатковими сервісами, доступними, швидкими, простими та зручними у використанні. Можливості віртуальної комунікації в таких умовах є практично безмежними.

Інтернет сприяє розвитку комунікативних інтернет-практик завдяки своїй відкритості, прозорості, гнучкості, здатності змінюватися у відповідності з потребами комунікації. Мережева комунікація набуває розвитку як форма взаємодії людей, яка здійснюється на основі власного бажання та вибору особистості та має такі важливі переваги, як гнучкість та адаптивність, необхідні в такому мінливому сучасному навколишньому середовищі [53; 54; 162]. Як зауважує М. Кастельс, «оскільки комунікація є фундаментальною



основою людської діяльності, багато видів соціальних практик переносяться до комунікативного простору Інтернету» [53, с. 42-43].

Функціональність, різноманіття сфер та напрямків всесвітньої мережі Інтернет, як зазначає А. Л. Радкевич, сприяє «генеруванню нових соціальних практик як віртуальних аналогів традиційних соціальних практик, пов'язаних з трудовою, освітньою та розважальною діяльністю, політичною, комунікативною поведінкою». Ці соціальні практики, що ґрунтуються на використанні Інтернету, дослідник називає «соціальними Інтернет-практиками» та визначає як «сукупність рутинних дій та звичних способів поведінки, пов'язаних з використанням Мережі для вирішення проблем або підвищення ефективності діяльності в різноманітних сферах життя, а також для задоволення різноманітних потреб» [115; 116].

Місце та роль комунікативних практик у системі соціальних інтернет-практик допомагає зрозуміти класифікація А. Л. Радкевича, в якій він зазначає на тому, що комунікативні інтернет-практики полягають в обміні інформацією між користувачами та реалізуються як спілкування (обмін різного роду повідомленнями) або обмін контентом (документами, аудіо або відеозаписами, фотографіями тощо). Таким чином, комунікативні інтернет-практики – це способи та форми взаємодії людей в процесі повсякденної життєдіяльності, які здійснюються за допомогою новітніх інформаційно-технічних засобів. Зазначена класифікація соціальних інтернет-практик за змістом представлена на рис. 1.1.

Реалізація комунікативних практик відбувається через використання певних «інструментів». Таким інструментом може бути власне тіло людини [15; 16; 30; 31], голос, фрази, органи відчуттів, а також неживі предмети, різні інструменти та підручні засоби [26; 32; 33; 70], які опосередковують соціальну взаємодію між людьми та забезпечують її цілісність і послідовність. В наш час така взаємодія забезпечується фізичною доступністю новітніх електронних засобів комунікації. Обмін інформацією, спілкування, рух товарів та послуг – усе це забезпечується використанням

матеріальних пристроїв. Крім того, це навички користування комп'ютером, завдяки яким практики реалізуються у віртуальному просторі.

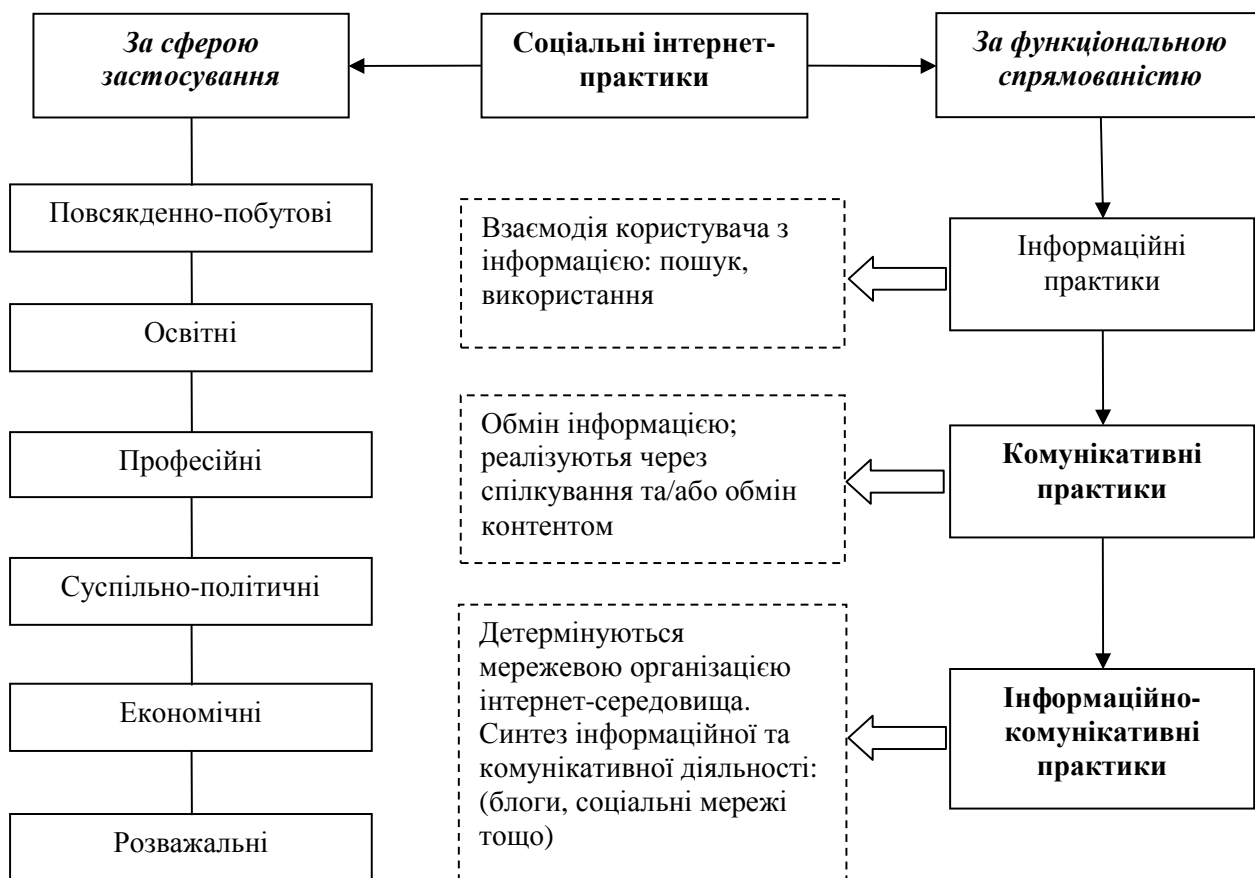


Рис. 1.1. Класифікація соціальних інтернет-практик за А. Л. Радкевичем

Технічна потреба в речах при виконанні соціальних функцій, застосування їх у повсякденній практичній діяльності функціонально організовує соціальний простір сучасної особистості, а також певним чином робить її від них залежною. К. Кнорр-Цетіна вважає, що навіть ідентичність особистості, її місце та значення соціального Я визначається залежно від об'єктно-речового оточення, яке зводиться до технологічного рівня. Зокрема, процес самоідентифікації проходить стадію ототожнення себе з річчю, наприклад, коли працівник висуває себе як товар у процесі пошуку роботи [61].

У сучасному суспільстві особистість все більше орієнтується на технологічні об'єкти, як джерела набуття свого Я та побудови власного життя та життєвого простору, виникає все більше нових споживацьких

практик, зростає кількість товарів та послуг, що обумовлюється не потребами, а бажаннями людей. Зокрема, новітні технології все більше використовуються здебільшого для демонстрації свого соціального становища. Так, російські дослідниці Я. М. Роціна та А. Ю. Глухих звертають увагу на зміни в образі життя суспільства з кінця XX ст., які пов'язані зі світовим розвитком технічного прогресу, зі змінами цінностей суспільства, збільшенням споживчих інтересів. Практики складають стиль життя особистості, вони повторюються в повсякденній поведінці та визначають положення людини в соціальному просторі [118].

Для того, щоб відповідати певній групі, особистість повинна демонструвати відповідний образ життя, використовувати певні практики. Проте стиль життя в сучасному суспільстві зазнає певної стандартизації. З інформаційно-технічним розвитком раніше недоступні практики стають звичними для більшості людей. Саме тому, зокрема, в процесі мережевої взаємодії, все важче стає визначити належність користувачів до якоїсь певної соціальної групи.

На взаємодію з віртуальним навколишнім середовищем, пристосування його до свого життя та потреб вказують вітчизняні дослідники Б. П. Лазоренко, Т. О. Ларіна, В. В. Посохова, Т. М. Титаренко. Зміна соціальної ситуації, поява нових можливостей для навчання, роботи, самореалізації та самовираження змінює поведінку сучасної людини. Вона постійно знаходиться у ситуації вибору між новим та звичним, між незнайомим та знайомим, відомим та невідомим, весь час ризикуючи власною безпекою. Поява нових технологій викликає сумніви та недовіру, адже ніхто не може передбачити майбутні наслідки їх використання на напрям розвитку суспільства. Важливого значення набуває побудова свого життєвого простору та майбутнього в умовах безпечної комунікації, довіри до свого реального та віртуального оточення, впевненості в своїй захищеності, мінімізації їх шкідливого впливу на своє життя [68; 69; 94; 102; 111; 113; 137; 138; 142].

Практики постають як сукупність реальних повторюваних і свідомих дій та навичок, що відображають характер буття суспільства у певному культурному середовищі, яким є також соціальні мережі. Вони характеризуються відкритістю, безперервним розвитком, великим різноманіттям, тісним зв'язком з життям людини. Т. М. Титаренко виокремлює три структурні компоненти практик життєконструювання [135]:

1. *«Відкритість особистості»*. Відкритий, вільний взаємообмін енергією та інформацією з навколишнім середовищем задля власного розвитку та культурного збагачення.

2. *«Комунікативний простір особистості»*. Це простір «значущих стосунків», взаємодія особистості з оточуючим середовищем, соціумом, який характеризується як динамічністю, так і відносно стабільним характером, оскільки є повсякденним, передбачуваним та стабільним.

3. *«Конфігурація реальностей»*. Звільнення від соціальних стереотипів щодо зовнішнього вигляду, спілкування, особистісних проявів особистості відносно до її віку, досягнення певної вікової свободи, більш конструктивного ставлення до життєвого шляху, власної історії, досвіду.

Комунікативні практики складають основу функціонування мережевих спільнот. Участь у них приймають як самі користувачі (актори), так і власне технічні об'єкти (комп'ютерні агенти, контент тощо). Кінцевою метою комунікації в Інтернет-спільнотах є забезпечення соціальної згуртованості комунікантів при збереженні їх власної індивідуальності, що дає можливість досягнення власних цілей, вирішення повсякденних та професійних задач, навчання, збору інформації, реалізації ігрового інтересу або спілкування з іншими членами спільноти.

Таким чином, *комунікативні інтернет-практики* являють собою сукупність спеціальних знань та навичок, необхідних для здійснення звичної комунікації за допомогою новітніх інформаційно-технічних технологій. Комунікативні практики в соціальних мережах все більше доповнюють реальні, що дозволяє сучасній людині оперативно та без зайвих зусиль

вирішувати різноманітні задачі та задовольняти свої потреби. Вони характеризуються такими особливостями, як інструментальність, колективність, звичність, фоновий та рутинний характер, а також відкритість, велике різноманіття, безперервний розвиток [8; 16; 18; 55; 56; 57; 60; 63; 111; 135; 136].

У віртуальному просторі комунікація постає як відтворення, продовження соціальної реальності, що розширює простір самореалізації, діяльності, творчості, відпочинку тощо. З розвитком соціальних мереж спектр комунікативних інтернет-практик також розширюється, наповнюється новим змістом.

Крім того, вони мають тісний зв'язок з життям людини, оскільки отримуючи новий досвід комунікації та засвоюючи норми та правила діяльності соціальних мереж, члени інтернет-спільнот переносять їх у повсякденну реальну поведінку. На основі ж використання певних комунікативних практик у повсякденній життєдіяльності у інтернет-користувачів формується свій стиль онлайн-взаємодії з віртуальним простором та іншими користувачами, який в процесі розгортання інтернет-практик з часом може зазнавати змін, доповнюватися тощо. Закономірно, що систематичне використання соціальних мереж, вибір певних комунікативних практик та набуття нового досвіду мережевої комунікації відображається на подальшій міжособистісній взаємодії у реальному житті.

## **1.2. Соціальні мережі як середовище розгортання комунікативних практик**

В межах інформаційного суспільства великої популярності набуває комунікація у соціальних мережах та похідних від них соціальних онлайн-іграх, блогах, форумах та чатах, що виражається у швидкому зростанні кількості соціальних Інтернет-мереж. Сервіси нового покоління створили нові умови та можливості для спілкування, розвитку, діяльності,

самореалізації, творчості, самовираження, зробили життя більш мобільним та динамічним [3; 5; 6; 9; 10; 12; 38; 48; 53; 65; 84; 90; 115; 116; 132; 138; 157].

В широкому сенсі соціальна мережа являє собою інтерактивний веб-сайт з великою кількістю користувачів, контент якого наповнюється самими учасниками, як зазначає Т. О. Галіч. Сайт є автоматизованим соціальним середовищем, яке дозволяє спілкуватися групам людей, об'єднаних спільними інтересами або діяльністю [28].

За Н. Луманом комунікативна мережа постає як самостійний, автономний закритий процес здійснення актів відбору. Вона є процесом безперервної зміни форми смислових матеріалів, перетворенням свободи в свободу в постійно мінливій обумовленості. Це визначення відображує основну характерну особливість мережі, саме її горизонтальну структури, що включає в себе переважно неформальні неієрархічні утворення, в яких спілкування здійснюється лише за власним бажанням, комунікація є вільною і орієнтованою здебільшого на процес, а не на результат [72; 73; 74].

За допомогою соціальних мереж кожен може створити свій профайл або аккаунт (сторінку) – віртуальний портрет, у якому розміщуються основні дані про себе, фотографії, аудіозаписи, відеоматеріали, захоплення, інтереси, вид діяльності, місце роботи або навчання тощо. Доступ до них можна отримати лише після реєстрації у системі, після чого кожен може самостійно регулювати доступність інформації для інших користувачів [85; 127; 151].

Соціальні мережі створюють особливе комунікативне середовище, місце взаємодії користувачів, основною особливістю якого є наявність спеціальних інструментів пошуку нових контактів. Використовуючи свій профайл, можна шукати однодумців, колег, друзів, знайомих для спілкування в різних цілях. Здійснюється комунікація за допомогою обміну повідомленнями. Користувачі також мають змогу продивлятися, оцінювати та коментувати фотографії, відео, аудіо один одного. Стежити за подіями та змінами інформації про мережних друзів можна у новинах [60; 67; 75; 122].

Соціальні мережі та похідні від них сервіси як середовище комунікації мають цілий ряд додаткових переваг та можливостей у порівнянні з іншими сервісами спілкування. Вони дають можливість знайти своє місце в Інтернеті, обрати своє оточення та побудувати взаємодію з ним згідно з власним баченням, бажанням та можливостями, без зайвих матеріальних та часових витрат. Серед психологічних особливостей розгортання мережевих комунікативних практик виділяють наступні [7; 21; 36; 43; 48; 85; 89; 101; 123; 129; 130; 142; 143; 152] :

- *Підвищена вербальна активність*, викликана неможливістю спілкуватись мовчки, а також зниженням рівня комунікативних бар'єрів, зумовлених статтю, віком, статусом, зовнішністю. Цьому сприяє також відсутність чітких правил комунікації, що виражається у можливості встановлювати та розривати контакти у будь-який момент.

- *Анонімність*. Користувачі можуть користуватися власним ім'ям, соціальним статусом тощо, а можуть вигадати їх, що зумовлює відсутність достовірних даних про співрозмовника. Відсутність безпосереднього слухового та зорового контакту дає змогу користувачам почувати себе більш вільними та розкутими під час мережевої взаємодії, уникнути упередженого ставлення.

- *Розірваність, швидкість, мозаїчність комунікації*. Учасники мережевої взаємодії беруть участь у швидкій, поверхневій комунікації, комунікативні акти короткі, але кількість їх може бути дуже велика. Іноді важко зрозуміти суть повідомлення, про що саме пише віртуальний співрозмовник, або чому він затримує відповідь. Однак можливість відстроченої відповіді дає змогу краще зосередитись, продумати своє повідомлення.

- *Специфічний етикет спілкування*, що виражається у використанні мови, характерної для кіберкультури, яка вирізняє всю спільноту інтернет-комунікантів. Мережева мова (Netspeak) «являє собою сленг, жаргон, аббревіатури, емотикони, які часто вживають користувачі» [165].

- *Емоційність спілкування.* Неможливість повноцінно виражати свої емоції у мережі може призводити до труднощів взаємного сприйняття. Намагаючись компенсувати цей недолік, користувачі можуть писати мультимедійні повідомлення зі спеціальними позначками, смайликами або картинками, що означають певні емоції, але це допомагає лише частково вирішити дану проблему.

- *Відчуття постійного потоку інформації,* що характеризується відчуттям зануреності у діяльність, задоволенням, втратою відчуття часу, почуттям контролю над ситуацією.

Н. В. Кочубей зазначає на відкритості та доступності мережевої інформації для всіх бажаючих, що забезпечує реалізацію принципу прозорості. Однак в умовах великої кількості різноманітної інформації необхідно вміти її обирати та критично до неї ставитись. Оскільки мережа – це нове середовище спілкування, в якому зростає значення контенту, що привертає увагу то цінність має новизна, яскравість, унікальність, незвичайність, оригінальність [8; 63]. Це пояснюється тим, що основні користувачі мережі – молоді люди, яким притаманна креативність, прагнення по-своєму поглянути на добре відомі речі, подати звичайне у незвичайному вигляді та виділитися таким чином серед інших.

Дані принципи прозорості та відкритості є актуальними для мережевих комунікативних практик, оскільки вони закликають до відкритості та інтерактивності, до покращення каналів комунікації, через які здійснюється спілкування. Враховуючи те, що в мережевій комунікації приймає участь велика кількість різних людей, то відкритий характер комунікації відіграє важливу роль для уникнення різного роду порушень етичних норм, викривлення інформації тощо.

Користувачі мереж вступають в процеси комунікативної взаємодії не стільки для передачі якоїсь інформації, скільки заради встановлення та підтримання соціальних зв'язків. Основною відмінністю соціальних мереж як



середовища розгортання комунікативних практик від інших онлайн-сервісів є наявність в мережі «друзів» та новий тип взаємовідносин з ними.

Поняття дружби останнім часом набуло іншого значення саме завдяки соціальним мережам, як зазначає В. В. Посохова [109; 111]. На її думку, спілкування з віртуальними друзями є легким та простим, доступним в будь-який час, що дає відчуття їх постійної присутності, підтримки, взаєморозуміння, позбавляє відчуття самотності. З першого погляду таке спілкування є поверхневим та нікого ні до чого не зобов'язує, однак воно може стати початком зародження справжніх стосунків або, почавшись у віртуальному світі, знайти продовження у реальному.

Дослідниця зазначає, що «користувачі, розширюючи коло своїх знайомств, несуть також певну відповідальність за характер наповнення своєї сторінки, інформації, доступної для перегляду іншим учасникам мережевої взаємодії. Відкритий характер спілкування допомагає користувачам бути більш щирими та вільними у висловлюванні своїх думок та почуттів, що може відобразитись на особистих стосунках в реальному житті» [111]. Таким чином, можуть виникати захоплення, осуд, невдоволення або навіть їх припинення спілкування одним натисканням на кнопку.

Створення сприятливих умов мережевої комунікації, що полягає у зниженні рівня зусиль, необхідних для підтримання нових або старих слабких зв'язків, як наслідок, сприяє збільшенню їх кількості, виникненню соціальних об'єднань та мережевих спільнот, які підтримують спілкування, мають схожі інтереси, ведуть спільну діяльність за допомогою (мережевих) комп'ютерних засобів. Як зазначає С. В. Бондаренко [14], «однією з основних цілей комунікативної взаємодії в Мережі є досягнення соціальної спільності учасників комунікації при збереженні індивідуальності кожного з них, а також вільної комунікації».

В умовах відсутності загальноприйнятої системи цінностей зростає значення етичних норм регуляції поведінки в мережевих комунікативних спільнотах – це толерантність, довіра, гуманність, відповідальність. Схвалені

мережевою спільнотою норми поведінки, яких дотримуються всі учасники комунікації мають велике значення для уникнення чи подолання конфліктних ситуацій, створення сприятливої атмосфери для спілкування.

Під зростаючим впливом інформації трансформацій зазнає як комунікація, так і сама людина. Інформатизація та технологізація суспільства мають суттєвий вплив на формування нового, інформаційного світогляду та світосприйняття, що веде до появи глобального інформаційного суспільства з притаманною йому новою картиною світу. В основі цього суспільства мережевий принцип організації, який об'єднує і спілкування, і економіку, і обмін інформацією [53; 54; 84; 90; 91; 103; 104; 106; 122; 127]. Таке суспільство генерує новий тип особистості з новою свідомістю, яку дослідники та К. К. Колін, зокрема, визначає як «Людину Інформаційну» (Homo Informaticus). Ця особистість є «постійно включеною» в світовий інформаційний простір, вона більше не відчуває себе самотньою, окремою від інших людей, адже в будь який момент вона має доступ до інформації про всі події, що відбуваються у світі, відчуває себе частиною цих подій. Якщо не завжди можна впливати на ті чи інші події, то завжди є можливість висловити своє ставлення до них [17; 62; 137; 139].

Е. Тоффлер, зокрема, зазначав на змінах певних рис характеру, наслідком чого є поява нового соціального характеру, тієї частини структури характеру, яка найчастіше зустрічається у більшості членів суспільства: «Завтра індивіди будуть набагато сильніше відрізнятися один від одного. Багато з них будуть дорослішати раніше, раніше брати на себе відповідальність, краще адаптуватися та проявляти більше індивідуальності. Вони будуть більш схильні, ніж наші батьки, ставити під сумнів авторитети. Вони будуть прагнути рівноваги в житті – рівноваги між роботою та розвагами, між виробництвом та споживанням, між розумовою та фізичною працею. Ми будемо створювати просту та горду расу, що заслуговую назви людської» [139].

Отже, соціальні інтернет-мережі являють собою автоматизоване соціальне середовище, основним призначенням якого є спілкування та розширення соціальних контактів. Мережеві комунікативні практики є відкритими, динамічними, оскільки розгортаються в умовах постійного потоку інформації. Технічна доступність, можливість більш вільного вираження власних думок та поглядів, відчуття безпеки та довіри в умовах спільного комунікативного простору, відсутність чітко регламентованої поведінки, бажання близькості, емоційного та щирого спілкування створюють сприятливі умови для встановлення та підтримання соціальних контактів.

Комунікація в соціальних мережах надає користувачам можливість самостійного конструювання власного віртуального простору, оточення, пізнання себе, творчого самовираження, добровільної взаємодії з іншими на основі власних бажань та можливостей, що дозволяє їм почуватися більш вільно, розкуто, впевнено у собі та своїх можливостях.

### **1.3. Залежність від соціальних мереж та їх вплив на життя особистості: критерії, форми прояву, чинники**

Термін «Інтернет-залежність» (кіберадикція, Інтернет-адикція, віртуальна адикція, нетаголізм) є поняттям, що визначає різноманітні порушення поведінки та самоконтролю особистості, пов'язані із використанням Інтернету [25; 35; 37; 39; 40; 47; 50; 64; 71; 84; 88; 97; 156; 172; 184]. Для визначення нових форм нехімічних (поведінкових) адикцій, пов'язаних з новітніми технологіями, М. Гріффітс (M. Griffiths) у 1995 р. запропонував термін «технологічні залежності» [34; 169; 170; 171].

Американські дослідники К. Янг (K. Young) та психіатр А. Голдберг (Ivan Goldberg) вважаються першими, хто почав психологічне психологічного вивчення залежності від Інтернету [167; 186; 187; 188]. А. Голдбергом під терміном «Інтернет-залежність» розумів патологічне використання

комп'ютеру (PCU – pathological computer use), що зумовлює згубний вплив на побутову, соціальну, навчальну, професійну, сімейну, фінансову або психологічну сфери діяльності людини. Дослідник запропонував розгорнуту систему критеріїв діагностики Інтернет-залежності, яка згодом була вдосконалена О. Є. Войскунським. Вчений систематизував та визначив такі основні критерії кіберзалежності у соціально-психологічному аспекті [22; 25]:

1. Нездатність та небажання відволіктися навіть на короткий час від роботи в Інтернеті, тим більше припинити її.
2. Роздратування, що виникає при необхідності відволіктися та нав'язливі думки про Інтернет в такий період.
3. Прагнення проводити за роботою в Інтернеті все більше часу та нездатність спланувати час закінчення конкретного відвідання мережі.
4. Збільшення витрат грошей на забезпечення роботи в Інтернеті.
5. Готовність брехати друзям та членам родини, применшуючи тривалість та частоту перебування в Інтернеті.
6. Схильність забувати про домашні справи, навчання, робочі зобов'язання, важливі зустрічі тощо.
7. Прагнення звільнитися під час роботи в Інтернеті від відчуття провини та стану тривоги, депресії, поява відчуття емоційного підйому та ейфорії.
8. Небажання приймати критику такого образу життя зі сторони близьких або керівництва.
9. Готовність миритися з втратою друзів та сім'ї через захопленість мережею.
10. Занедбання власного здоров'я, зокрема, зменшення тривалості сну через зависання у мережі в нічний час.
11. Уникання фізичної активності та прагнення скоротити її.
12. Систематичне забування про їжу, готовність їсти, не відходячи від комп'ютера.

13. Зловживання кавою та іншими тонізуючими засобами.

14. Підбір, перегляд та вивчення спеціальної література про новинки Інтернету.

Захопленість мережевим спілкуванням пояснюється явищами психологічного та соціального характеру. Так, К. Янг у своїх дослідженнях з'ясувала, що Інтернет-незалежні мешканці кіберпростору користуються тими аспектами мережі, що дозволяють їм збирати інформацію та підтримувати раніше встановлені знайомства (перегляд новин, тематичні групи та товариства, функція пошуку друзів та спільних знайомих, обмін повідомленнями та коментарями тощо), а залежні користувачі обирають ті аспекти, які дозволяють їм зустрічатися, обмінюватися ідеями з новими людьми в віртуальному просторі (сервіси знайомств, участь у зустрічах членів груп за інтересами, онлайн-ігри, що користуються великою популярністю). Більшість кіберзалежних надають перевагу сервісам, пов'язаним зі спілкуванням, що дозволяють їм постійно залишатися онлайн, отримувати підтримку від інших користувачів [27; 37; 42; 44; 110; 157; 161; 163; 168].

Соціальна підтримка мешканців мереж здійснюється не лише через співчуття та розуміння, а через відчуття приналежності до певної соціальної групи, культури кіберпростору. Одним з наслідків комунікативного дефіциту у сучасному суспільстві, зумовленого ростом психологічної роз'єднаності в умовах технічно орієнтованого середовища, є почуття самотності, відчуженості, психологічної ізоляції. Соціальні мережі допомагають заповнити порожнечу, яка утворилася, відчуті себе потрібним, важливим. Причетність до спільноти віртуального світу дає незахищеній особистості таке необхідне їй відчуття «Ми» [25; 39; 40; 43].

Крім того, у користувачів є можливість створення власного віртуального героя у мережеских іграх, отримання визнання людей зі схожими інтересами, встановлення корисних контактів, яким можна довіряти, висловлювати свою думку без страху осуду та негативних оцінок інших користувачів. Часто особа звикає, адаптується до групових правил та надалі

вже не може без них обійтися. Нерідко переносить їх і в реальність, що перш за все відображається на комунікативних практиках.

Проводячи багато часу у мережі та зважаючи до її норм, вона починає переносити їх у повсякденне спілкування, вживати специфічні слова, висловлювання та аббревіатури, фрази, жарти. Мережеве спілкування великої кількості людей, з їх повсякденними справами, наприклад, повідомлення про цікаві для невеликих груп події або взаємні побажання гарного дня або привітання зі святами, формує певні вимоги щодо певних традицій, культури спілкування, правил та стилю поведінки у мережі, етикету, який має назву «нетикет» (netiquete) [2; 4; 7; 10; 11; 110; 113; 138; 141; 165].

Крім того, відмічається специфіка мережевої мови (e-language, netlingo, e-talk, geekspeak, netspeak, weblish), яка здійснюється за допомогою технічних електронних засобів і є завжди опосередкованою ними, зокрема, можливість поєднання різних видів повідомлень, доповнення відео та аудіо-інформацією, смайликами, картинками, демотиваторами тощо [59; 63; 101; 151; 158; 163; 172]. Ця специфіка позначається на особливостях мережної комунікації, формують новий стиль сприйняття та мислення, передачі інформації, а гнучкі норми та правила Інтернет-етикету викликають у користувача відчуття причетності до спільноти соціальних мереж, що сприяє розвитку узалежненої поведінки.

*Основними формами прояву соціально-мережевої залежності є поступова втрата значущості спілкування та взаємодії між людьми в реальному житті, занедбання зовнішнього вигляду, збайдужіння до навчання чи професійної діяльності тощо. Мережева залежність може стати причиною серйозних проблем у навчанні, особистому житті, родині, адже завжди легше сховатися від проблем у віртуальному світі, зокрема, з чужою фотографією та ім'ям, ніж витратити сили та час на живе спілкування, саморозвиток, досягнення реальних результатів у роботі чи навчанні. З такої точки зору актуальним є визначення мережевої залежності К. Берда: «Людина може вважатися залежною, коли її психологічний стан, що включає розумовий та*

емоційний, а також її взаємодія у сфері навчання, роботи або особистого життя, погіршуються через надмірне використання Інтернету» [4; 50; 84; 89; 161; 183; 185].

Крім того, чим більше користувач перебуває у мережі, тим більше почувається в ній упевнено, розкуто. З часом у нього можуть почати проявлятися приховані емоції, страхи, бажання, агресія, навіть переслідування, шантаж, грубість, нетерпимість, поширення інформації особистого або інтимного характеру на свою сторінку тощо. Такий стан Дж. Сулер називає «*ефектом розторможування*» [131; 180]. Він може мати «токсичний» характер, що пов'язано з дослідженням особистістю негативної сторони Інтернету, до якої вона не має відношення в реальному житті: сцени насильства або порнографії, в результаті перегляду яких проявляються такі емоції, як агресія, ненависть, грубість тощо. З іншого боку, «розторможування» може бути позитивним у разі проявлення користувачем прихованих емоцій, почуттів, страхів або бажань, а також в цілому спрямоване на особистісний ріст самовдосконалення, самопізнання.

Як ми вже зазначали, проблема узалежненості починається тоді, коли прагнення втекти від реальності починає домінувати у свідомості, стає головною ідеєю, метою. Суть адиктивної поведінки полягає у прагненні покращити свій настрій, отримати задоволення, що дає ілюзію безпеки, відновлення рівноваги у буденному житті. Зміна свого психічного стану часто супроводжується інтенсивними емоціями, новими ідеями, бажаннями, цілями. Оскільки віртуальне спілкування характеризується підвищеною емоційною насиченістю у порівнянні зі звичайними соціальними контактами, між співбесідниками можуть виникати близькі стосунки, що переходять у взаємну приязнь, дружбу або навіть «віртуальний роман» [148].

Дж. Грінфілд підкреслює, що кіберзалежність часто супроводжується сексуальною адикцією (в 20% випадків) [168]. Багато мешканців інтернет-простору, що інтенсивно користуються послугами мережі використовують її для реалізації інших адикцій. Так, *сексуальна адикція* переходить в

«кіберсекс», такі види комунікативної залежності, як *псевдологія* (патологічна схильність до повідомлення брехливої інформації, до вигадування фантастичних історій), *крусадерство* (форма екзистенціального неврозу, який полягає у потягу до авантур та пригод, немотивованого ризику, зловживанні різного роду психотропних речовин, безперервної та хаотичної активності, яка виконує функцію захисного механізму від почуття безглуздості та марності), *нігілізм* (заперечення цінностей або заперечення установлених суспільством норм, принципів, законів, авторитетів) проявляються в «кіберстосунках», а пристрасть до азартних ігор як *інтернет-гемблінг* [39; 40; 169; 178; 179; 181].

Найважливішим критерієм діагностики кіберзалежності на сьогодні є критерій впливу на життя і діяльність адикта, взаємопов'язаний з критерієм кількості часу, витраченого на перебування у віртуальному світі, як зазначає Г. В. Мироненко [84]. Час, що витрачається на пошук друзів, спілкування, перегляд фото та відеоматеріалів про життя, роботу та дозвілля знайомих, колишніх однокласників та однокурсників перевищує витрату часу на виконання навчальної діяльності або робочих зобов'язань, хоча власне спілкування, опосередковане такого роду сервісами, не можна вважати повноцінною комунікацією. В даному випадку можна говорити про зловживання Інтернетом, що пов'язано зі слабким самоконтролем, несформованою волею, тощо [37; 51; 59; 121; 140; 144; 182].

Як зауважує В. В. Посохова, такі риси особистості, як несаможиттєвість, неготовність брати на себе відповідальність за своє життя та приймати важливі рішення, невміння відмовляти іншим, невпевненість у собі та у власних силах, розгубленість тощо, є свідченням пасивної життєвої позиції та незрілості особистості, яка бажає втекти від проблем, знайти підтримку ззовні. Люди з такими рисами характеру, особливо молодь, є більш схильними до різних видів залежності, шкідливих звичок, психологічної залежності від інших людей, залежності від їжі та кіберзалежності тощо [110; 113].



Безперервна включеність у потік інформації, подій та діалогів сприяє збільшенню часу, проведеного за спілкуванням із ледве знайомими або щойно доданими співрозмовниками, родичами, а часто й зовсім незнайомими людьми, які мають статус «друзів». За таких умов виникає інформаційне та емоційне перевантаження, пов'язане з інтенсивною комунікацією. Необхідним стає вміння адаптуватися до нових умов, швидко включатися у величезний масив постійно змінюваної інформації, яку неможливо перевірити та легко піддатися обману. Зростають можливості комунікативної містифікації практик, тобто спілкування від імені вигаданого персонажу, що означає якісно нижчий рівень комунікації.

В результаті технічної доступності, анонімності, відсутності жорстких регламентів поведінки та фізичної непередставленості партнерів по комунікації втрачає своє значення цілий ряд бар'єрів спілкування, обумовлених статтю, віком, соціальним статусом, зовнішньою привабливістю, комунікативною компетентністю тощо. Розвитку узалежненої поведінки у мережах сприяє також можливість компенсувати свої недоліки та негативну інформацію про свою особистість, демонструвати лише кращі сторони, наприклад, виклавши свої найкращі фотографії, набравши велику кількість «друзів», «лайків», коментарів, репостів тощо. Процес спілкування та перебування у соціальних інтернет-мережах настільки захоплює людину, що починає керувати її життям. Така поведінка стає серйозною загрозою для здоров'я, навчання, побутової, професійної, соціальної сфери адиктів та їх оточення, оскільки нехімічні залежності часто поєднуються з іншими психічними патологіями: афективними розладами, обсесивно-компульсивним розладом, розладами особистості, неврозами та хімічними залежностями тощо [113; 114; 121; 159; 164; 167; 170; 171; 173; 175; 176; 177].

На основі аналізу досліджень кіберзалежності ми виокремили чинники залежності від соціальних мереж як виду Інтернет-залежності, як обставини, сприятливі для виникнення мережевої адикції та представили їх на рис. 1.2.

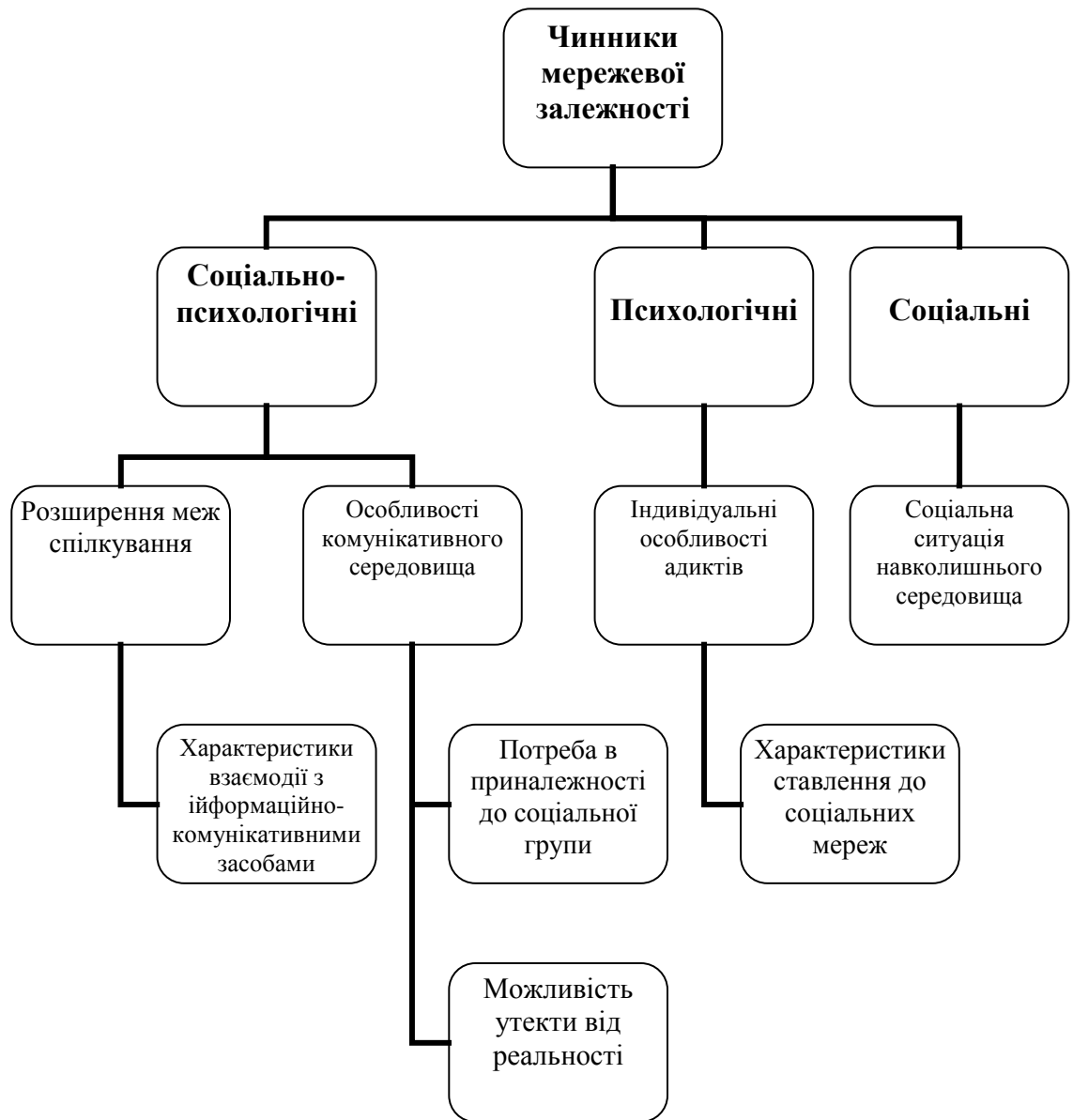


Рис. 1.2. Чинники залежності від соціальних мереж

До соціальних чинників мережевої залежності належать характеристики *соціальної ситуації* навколишнього середовища, які полягають у стрімкому інформаційно-технологічному розвитку, інформатизації суспільства, комунікативному характері соціальної реальності та появою електронної комунікації (К. Янг, А. Голдберг).

До психологічних чинників мережевої залежності належать *індивідуальні особливості* залежних від соціальних мереж – невпевненість у собі та заведенні нових соціальних контактів, інтровертованість (Е. В. Губенко), схильність до агресивного спілкування (В. В. Посохова),

тривожність (Дж. Волам, К. Мітчел). Такі особи характеризуються низькою самооцінкою (А. Єгорова, Н. Кузнєцова), чутливістю, абстрактністю мислення, настороженістю (К. Янг). Також внутрішнім чинником є *ставлення до соціальних мереж як до середовища довіри*, де можливо вільно почуватися, створювати про себе бажане враження, бути тим, ким хочеться, де можна знайти близьку людину або того, хто тебе зрозуміє та кому можна довіряти (А. Є. Жичкіна, Х. І. Турецька, М. В. Яворський, К. Янг).

Соціально-психологічними чинниками є *розширення меж спілкування особистості*, а саме легкість знаходження друзів та однодумців, емоційно близьких людей, *задоволення потреби в приналежності до соціальної групи та її визнанні*, а також *можливість утекти від реальності* (А. Є. Жичкіна, К. Янг), *характеристики взаємодії з інформаційно-комунікативним засобом*, як об'єктом залежності, а саме з комп'ютером, планшетом, мобільним телефоном тощо (формування партнерських стосунків із ним) (М. Шоттон) та *соціально-психологічні особливості комунікативного середовища* (можливість постійно залишатись «на зв'язку», анонімність, відкритість та швидкість комунікації, широка можливість пошуку нових «друзів», необмежений доступ до інформації, відсутність чітких правил поведінки тощо) (Ю. О.Бабаєва, О. Є. Войскунський, Е. В. Губенко, А. Є. Жичкіна, В. В. Посохова, О. В. Смилова). Ці характеристики сприяють тому, що в мережевому середовищі виникає можливість для реалізації різноманітних уявлень та фантазій зі зворотним зв'язком, а також можливість створювати нові образи «Я» (В. А. Буровий, А. Є. Жичкіна, Х. І. Турецька).

Отже, залежність від соціальних мереж стає розповсюдженою проблемою серед користувачів Інтернет-простору. Як вид кіберзалежності, вона пов'язана з нав'язливим бажанням перебувати на зв'язку, відчувати себе частиною мережевої спільноти. Спроби задовольнити свої реальні індивідуальні, соціальні або соціально-психологічні потреби за допомогою віртуальних засобів дають відчуття задоволеності на деякий час, але з часом надмірне

занурення у соціально-мережну реальність сприяє появі депресивних станів, знеціненню своїх досягнень у порівнянні з іншими, погіршенню настрою, розвитку негативного ставлення до власного життя. Комунікативні практики також зазнають змін, зокрема, специфічні слова, висловлювання, жарти, норми поведінки переносяться з кіберпростору у повсякденне життя, набувають віртуальних рис. Мережна залежність може стати причиною серйозних наслідків для особистості, зокрема, віддалити її від родини, скоротити витрати часу на роботу та навчання. Натомість, мережева комунікація може сприяти самопізнанню, розкриттю потенціалу, розвитку власних можливостей, креативності, позбавленню від стереотипів та творчому самовираженню.

#### **1.4. Особливості інтернет-комунікації молоді, схильної до мережевої залежності**

Узалежненість від соціальних мереж кіберпростору *розвивається поступово*. Спочатку користувач цікавиться інтернет-ресурсом, потім реєструється, додає певну інформацію до свого акаунту. Далі він шукає друзів, додає знайомих, проводить все більше часу за віртуальною комунікацією (перепискою, обміном контентом, новинами, в різноманітних групах, іграх тощо). Нове віртуальне життя та онлайн-комунікація спочатку захоплює і здається кращою, ніж реальна, але з часом це переростає в патологічну залежність і людина вже не контролює себе, не може жити без постійної перевірки подій, нових повідомлень, новин на своїй сторінці, весь вільний час проводить онлайн. З часом адикти починають не контролювано витрачати кошти на доступ до платного контенту або різноманітні додаткові послуги та сервіси, ігри, голоси, «подарунки» тощо.

Повсякденна мережева онлайн-взаємодія набуває *особистої значущості* та займає важливе місце у житті молоді людини, що стає основною причиною захоплення даним видом комунікації та сприяє розвитку адикції. Узалежнена особистість прагне все більше часу проводити онлайн,

втрачаючи інтерес до всього, що лишається поза межами інтернет-простору. Занурюючись у подробиці віртуального життя своїх онлайн-друзів, мешканці соціальних мереж поступово відсторонюються від реальних людей та подій, *втрачають зв'язок з реальністю* [9; 20; 22; 49; 68].

Аналізуючи соціально-психологічні особливості комунікативних практик, що розгортаються в соціальних мережах, можна виділити *конструктивні та деструктивні практики* [1; 12; 41; 60; 93; 98; 99; 100; 111; 112; 120; 123]. *Конструктивні практики* полягають у досягненні порозуміння з іншими користувачами мереж, генеруванні ідей та інформаційного наповнення. Вони сприяють розвитку дружньої та партнерської атмосфери, на відміну від *деструктивних практик*, сутність яких полягає в створенні та розповсюдженні інформації агресивного або образливого характеру. Сприйняття користувачами повідомлень такого типу викликає відповідну реакцію, негативно налаштовує один проти одного, сприяє поширенню конфліктів та агресії у мережевому просторі.

До *конструктивних* можна віднести мережеву самопрезентацію, пошук інформації, ведення особистої сторінки, спілкування з використанням СМЕ. *Мережева самопрезентація*, в залежності від цілей користувачів дозволяє створювати певне враження про себе, отримати новий досвід, продемонструвати свій внутрішній світ [9; 11].

Крім того, однією з найважливіших потреб Інтернет-користувачів є *пошук інформації*. Пошукові системи, завдяки своїй незамінності при пошуку інформації, займають домінуюче положення в кіберпросторі, однак з розвитком соціальних мереж практики пошуку інформації часто допомагають користувачеві отримати на свої питання більш точні і корисні відповіді. Результатом цього пошуку часто стають поради друзів і знайомих. На відміну від пошукових систем, які на певний запит миттєво видають безліч сторінок з посиланнями, серед яких можна довго шукати та обирати, в мережах достатньо у своєму статусі розмістити запитання та отримати у коментарях або приватних повідомленнях перевірену на досвіді інформацію

від онлайн-друзів, поради, консультації тощо. Цього не може забезпечити жодна пошукова система. Таким чином, пошук інформації в соціальних мережах базується на міжособистісних стосунках, а не на алгоритмах та пошукових роботах.

*Ведення особистої сторінки* характеризується постійною діяльністю власника з наповнення контенту, слідкування за актуальною інформацією, викладення інформації про власне життя, значимі події, зокрема, професійного спрямування, для спілкування з друзями, колегами, клієнтами тощо.

*Практика спілкування з використанням СМЕ* (computer-mediated environment) – це презентація користувачами себе через цифри, а не фізичні характеристики. Таким чином, вони сприймають інформацію через цифрові дані, викладені в мережу та опосередковані нею. Тому ефективність повсякденних комунікативних інтернет-практик вимагає певних навичок, зокрема, вміння формулювати свої думки в тексті, розуміти короткі фрази та аббревіатури співрозмовника тощо. В. А. Михайлов зазначає, що при використанні СМЕ непевнені в собі люди, що погано володіють навичками живого спілкування отримують більше можливостей, оскільки вдається уникнути багатьох умовностей, характерних для живого спілкування [90]. Проблеми зовнішності, віку, швидкого підбору потрібних слів стають неактуальними, а головною вимогою натомість стає вміння виражати свої думки письмово, підібрати цікавий контент, ефектну фотографію та нік.

Серед *деструктивних комунікативних практик*, що розгортаються в соціальних мережах Д. В. Винник, Р. А. Внебрачних, В. А. Михайлов та С. В. Михайлов, В. Н. Поправко, П. Шилдс [17; 19; 90; 108; 179] виділяють практику *блукання в мережі* (мережевий запінг), *тролінг*, *балачки*, *зависання в мережах*.

В. А. Михайлов та С. В. Михайлов відмічають, що *практика блукання в мережі* (zapping) полягає у хаотичному блуканні, переключенні з одного посилання на інше. Деструктивний характер даної практики полягає у тому,

що вона не приносить очевидної користі, віднімає багато часу, втомлює, збільшує ризик натрапити на комп'ютерні віруси та ресурси шахраїв.

*Балачки* у соціальних мережах носять характер коротких повідомлень, обміну відеоповідомленнями, коментарями, повідомленнями на стінах тощо. Деструктивного характеру вони набувають в тому разі, якщо провокують практику *тролінгу*, оскільки їх учасники не мають чітких конструктивних цілей, а повідомлення зазвичай емоційно забарвлені та спрямовані на підвищення власного статусу за рахунок інших користувачів.

*Тролінг*, як деструктивний та агресивний вид діяльності, виник в результаті інтерактивної взаємодії людей, метою якої є виведення співрозмовника з рівноваги, створення провокації, скандалу посередництвом приниження, маніпуляцій, образ. В. А. Внебрачних відмічає, що даний феномен можна охарактеризувати як «процес розміщення на віртуальних комунікативних ресурсах провокаційних повідомлень, що порушують правила етичного кодексу Інтернет-взаємодії з метою викликання конфліктів» [19]. На думку О. А. Чванової, тролінг являє собою «енергетичний вампіризм». Це пояснюється тим, що провокуючи конфліктну ситуацію, «тролі» розраховують на певну реакцію того, кому вона є адресованою, використовуючи негативні емоції у подальшому діалозі проти співрозмовника [149].

Через діяльність «тролів» знижується рівень довіри до інших користувачів, оскільки він містить маніпулятивну поведінку з боку агресора та приносить йому задоволення від емоційних, часто негативних реакцій з боку «жертви». Це може призвести, наприклад, до втрати клієнтів, зменшення кількості відвідань сторінки, занесення до чорного списку, скарг до адміністрації сайту тощо [19; 41; 92; 93; 112; 114; 120].

*Зависання* в соціальних мережах, на думку Д. В. Винник та В. Н. Поправко також є деструктивною комунікативною практикою. Так, у захопленої особистості спостерігається розширення кола спілкування, подолання самотності, підвищення інформованості, емоційна розрядка,

швидкий доступ до різноманітних ресурсів, що заощаджує час та сили на пошуки. Однак той час, що людина проводить в мережах, випадає з її реального життя, позбавляє можливості виконання більш значимих справ (навчання, спорт, відпочинок та сон, проведення часу з близькими тощо). Особливо це стосується молоді, яка менш критично ставиться до нової інформації, надає перевагу розвагам та ігровій взаємодії [17; 108]. Оскільки більшість інформації ми сприймаємо з екранів моніторів мобільних телефонів та комп'ютерів, то ризик обумовлений тим, що в соціальних мережах розміщується багато різноманітної інформації, достовірність та якість якої важко перевірити. Крім того, вона подається невеликими частинами, фрагментами, що затягує і сприяє тривалому зависанню он-лайн.

Вітчизняна дослідниця В. В. Посохова [111; 112] зазначає, що найбільш агресивними та провокативними є практики *домінування*: тролінг, флудінг, сперечання, вражання. Для цих практик властива стратегія домінування в комунікації. Характерними рисами для них є приниження співрозмовників, образи, маніпуляції, бажання щось довести у будь-який спосіб, недоречні суперечки, намагання постійно бути у центрі уваги, байдужість до інших тощо.

Найбільш конструктивними практиками на її думку виявляються практики *взаємодтримки*: дружність, відкритість, натхненність, заспокоєність. Ці практики сприяють ефективній взаємодії користувачів соціальних мереж, заохочують до спілкування, вираження власних думок та почуттів. Вони характеризуються такими рисами, як партнерське ставлення та заохочення до спілкування, авторитет серед інших користувачів, прагнення відкритого спілкування, виявлення підтримки та розуміння, готовності вислухати та допомогти тощо.

Крім того, дослідницею виділені практики за типом *уникання*, що характеризуються дотриманням більш формальних аспектів комунікації. До цих практик відноситься аутсайдерство, увага, достотність. Користувачі, які обирають для себе практику «аутсайдерство» схильні до нещирості,



приховування справжніх намірів спілкування, часто перебільшують значимість певних подій. Для уважного типу, або «слідчого» характерно задавати багато питань іншим, всім цікавитись, а натомість нічого не говорити про себе. Однак на відміну від попередніх, надійні, стримані, не викривлені повідомлення притаманні достотному типу, або «пасажиру». Вони спілкуються заради самого спілкування, з метою просто провести час, підтримати бесіду, не звертаючи уваги на подробиці.

В комунікативних практиках кіберпростору розкривається суть Інтернет-комунікації. Втім, певні комунікативні практики, що особистість обирає для повсякденного спілкування в мережевому просторі, вона може обирати й поза ним. Крім того, в залежності від ситуації вона може змінювати їх. Слід зазначити, що від вибору інтернет-практик залежить ступінь ефективності комунікативної взаємодії у спільному комунікативному просторі. Практики, що особистість обирає для спілкування можуть змінюватись в залежності від ситуації, настрою, цінностей, типу повідомлення, взаємовідносин зі співрозмовником, бажаного розвитку сценарію спілкування, індивідуальних особливостей особистості тощо.

На нашу думку, зміст та сутність кожного різновиду комунікативної інтернет-практики молодій людині залежить від вибору соціальної мережі, онлайн-сервісів, мотивації користувачів, впливу перебування у соціальній мережі на реальне життя, переваг та недоліків мережевої комунікації, перспектив майбутнього життя у зв'язку із комунікативною активністю у мережі.

Кількість часу, проведеного у кіберпросторі зростає, оскільки особисті стосунки у ньому набувають все більшої значимості. Дедалі більше користувачів залучається до соціальних мереж, особливо молодь, яка активно користується різноманітними сервісами та їх ресурсами, підвищуючи ступінь комфорту та зручності різних сфер свого життя.

В період молодості, або ранньої дорослості, людина активно реалізовує свій особистісний потенціал у різних сферах життєдіяльності, пізнає свої

можливості, здійснює пошук своєї ідентичності (обирає професію та спосіб життя), облаштовує сімейне життя, досягає найвищого рівня в розвитку Я-концепції, переживає різноманітні вікові кризи. Окрім переживань, вона отримує життєвий досвід та мудрість, знаходить своє місце в житті та приймає багато самостійних та відповідальних рішень, створює оптимальні умови для стабільної та комфортної життєдіяльності.

В цей період особливо важливими є підтримка близьких людей, друзів, увага та спілкування з ними, потребу в яких сучасна молодь стала задовольняти шляхом використання соціальних мереж. Молодих користувачів вони приваблюють можливостями обмінюватись мультимедійною інформацією, спілкуватись з друзями навіть на відстані, слідкувати за їх життям, коментувати записи, реалізовувати себе професійно, мати спосіб зв'язку, що економить витрати та час.

Однак в умовах постійних змін та стрімкого розвитку навколишнього середовища, технологічного прогресу, сучасним людям недостатньо мати лише хороші, стійкі та стабільні стосунки один з одним. Необхідним стає соціальний інтерес, певна динаміка життя, зміни, нові ситуації, які приносять нові враження, емоції, чому сприяє комунікативне середовище соціальних мереж. Надто статичні, незмінні комунікативні практики між людьми, що не супроводжуються певною динамікою та подіями, з часом, втрачають інтерес користувачів. В разі відсутності або втрати інтересу один до одного, вони прагнуть припинити комунікацію, чим пояснюється періодична «чистка» онлайн-друзів з метою видалення неактивних користувачів із застарілою інформацією, статичними сторінками. З цієї причини, для підтримки інтересу людей, соціальні мережі та похідні від них онлайн-сервіси постійно розвиваються, набувають нових функцій, пропонують нові послуги або оновлюють старі. Відповідно, з розвитком мереж, комунікативні практики доповнюються та набувають нових рис.

Надаючи перевагу віртуальному життю та втрачаючи контроль над часом, витраченим на перебування у соціальних мережах, молодь стала

нехтувати зустрічами з реальними друзями та прогулянками, спільними розвагами, візитами в гості, перебільшуючи значення віртуальних цінностей. Фотографії розміщуються не заради збереження приємних спогадів, а для того, щоб викласти їх у мережу та побачити під ними декілька позитивних коментарів та отримати чергову порцію задоволення, друзі додаються не тільки знайомі, а й зовсім не відомі люди заради підвищення власного рейтингу, в ігри грають не стільки заради задоволення та відпочинку, скільки для спілкування з іншими гравцями та відчуття себе частиною команди.

Очевидним є те, що специфічні умови віртуального середовища позначаються на комунікації узалежненої від соціальних мереж молоді, і в залежності від обставин комунікативні практики можуть бути спрямовані як на розвиток ефективної взаємодії учасників онлайн-комунікації, так і на її зниження.

Мережеві практики можуть бути корисним доповненням до реального життя, спрощувати його, робити більш зручним та ефективним, а з іншого боку, навпаки, обмежувати ресурси, віддаляючи особистість у віртуальний світ. Такі характеристики комунікативних практик залежної особистості від соціальних мереж як підвищена агресія, відчуженість, захисний та компенсаторний характер можуть сприяти деструктивним змінам комунікації в реальному житті та в цілому позначатися на психологічному благополуччі та якості життя особистості.

Водночас, період молодості, а особливо юнацький вік, як зазначають дослідники (І. С. Булах, Л. В. Долинська, Т. В. Зайчикова, Т. О. Мотрук, Н. І. Пов'якель та ін.), є сприятливими щодо формування різних адикцій і мережевої, зокрема [126]. Проблема психологічної залежності від соціальних мереж та впливу даного виду адикції на особливості розгортання комунікативних інтернет-практик молоді є досить новою та потребує більш детального та змістовного вивчення для своєчасного виявлення та попередження розвитку даного виду залежності. Можна припустити, що надалі комунікативні практики у віртуальному середовищі будуть

розвиватись, ускладнюватись, набувати нового змісту та специфіки. Разом з розвитком кіберпростору та комунікативних інтернет-практик явище залежності від соціальних мереж у різних аспектах (психологічному, соціальному та соціально-психологічному), а відповідно і практики адиктивної особистості будуть постійно змінюватися. Тому детальне вивчення особливостей конструювання мережної комунікації, зокрема, залежних користувачів, потребує підвищеної уваги з боку дослідників та актуалізує питання про комунікативно-психологічну безпеку особистості.

Інформаційний етап розвитку сучасного суспільства потребує нових підходів до забезпечення безпечної повсякденної життєдіяльності та захисту від шкідливого впливу віртуального комунікативного простору. Необхідною стає розробка нових методів психологічної допомоги, спрямованих на профілактику та подолання психологічної залежності від інтернет-мереж.

Своєчасне виявлення та подолання наслідків тривалого впливу кіберпростору, зокрема, агресії, яка проявляється через комунікативні практики та негативно впливає на взаємодію з іншими користувачами, контроль емоційного та фізичного стану, деструктивних проявів у поведінці молодих людей, підвищення рівня їхньої орієнтації в специфічних умовах кіберпростору та комунікативної компетентності сприятимуть більш ефективній комунікації молоді як в мережному просторі, так і поза ним.

Отже, повсякденна комунікативна діяльність користувачів, узалежнених від соціальних мереж, в залежності від її наповненості та спрямованості, впливає на ефективність взаємодії учасників мережевої комунікації. Як наслідок, зміни у комунікативній взаємодії можуть спостерігатися як у віртуальному, так і в реальному світі, а також негативно позначатися на психологічному благополуччі та якості життя молодих людей, схильних до мережевої адикції.

Негативний вплив певних комунікативних практик у соціальних мережах на життя та психологічне благополуччя молоді є очевидним, однак

за умови розвитку самоконтролю та раціонального користування, мережеві практики можуть бути корисним доповненням до їх реальної комунікації.

### **Висновки до розділу 1**

Комунікативний простір соціальних мереж Інтернету являє собою нове комунікативне середовище становлення особистості, культури та суспільства, в якому їх фізична, психологічна та соціальна складові видозмінюються під впливом Інтернет-технологій та формують принципово новий тип символічного існування та комунікації людини.

На підставі аналізу існуючих концепцій соціальних практик ми розглядаємо комунікативні практики у соціальних мережах як сукупність спеціальних вмінь та навичок, необхідних для реалізації звичної повсякденної комунікації за допомогою новітніх технологій та інформаційно-технічних засобів. Вони характеризуються такими особливостями, як інструментальність, колективність, звичність, фоновий та рутинний характер, а також відкритість, велике різноманіття, безперервний розвиток.

Останнім часом зростає кількість молодих людей узалежнених від соціальних мереж. Це пояснюється доступністю Інтернету та простотою у використанні комунікативно-технічних засобів, а також тим, що особистість отримує можливість, не витрачаючи практично ніяких зусиль, задовольнити практично будь-які свої комунікативні потреби у мережі, що стає причиною відстороненості, уникання комунікації в реальному житті.

Процес розвитку узалежненості від соціальних мереж відбувається в декілька етапів. На першому етапі користувач цікавиться інтернет-ресурсом, реєструється, ознайомлюється з новим середовищем, додає певну інформацію про себе до свого нового акаунту. На другому етапі він шукає друзів, додає знайомих, проводить все більше часу за віртуальною комунікацією (перепискою, обміном контентом, новинами, в різноманітних групах, іграх тощо). На кожному з цих етапів значущість віртуального середовища та онлайн-комунікації відрізняються: спочатку вони захоплюють

і здаються кращими, ніж реальні, але з часом набувають особистої значимості, а надмірна активність, відкритість та комунікабельність переростають в патологічну залежність, прагнення все більше часу проводити онлайн.

Залежна особистість виявляє неспроможність контролювати час свого перебування у мережі, власні дії в кіберпросторі, гірше оцінює здатність до прийняття рішень у складних та конфліктних ситуаціях, що негативно впливає на ступінь віртуальної активності особистості та вибір комунікативних практик у соціальних мережах.

Таким чином, повсякденна комунікативна діяльність користувачів, узалежнених від соціальних мереж, в залежності від її наповненості та спрямованості, впливає на ефективність взаємодії учасників мережевої комунікації і, як наслідок, зміни в комунікативній взаємодії можуть спостерігатися як у віртуальному, так і в реальному світі, а також негативно позначатися на психологічному благополуччі та якості життя молодих людей, схильних до мережевої адикції.

Основні наукові результати розділу представлено у п'яти працях, які опубліковані у фахових виданнях [76; 77; 78; 79; 80; 81; 82; 83].

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК МОЛОДІ ІЗ РІЗНИМ РІВНЕМ ЗАХОПЛЕНOSTІ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

У розділі висвітлено методичні засади та представлено емпіричну модель дослідження комунікативних практик молоді, залежної від соціальних мереж, описано організацію етапів та процедуру емпіричного дослідження, обґрунтовано добір діагностичного інструментарію та формування вибірки. Представлено результати дослідження рівня захопленості молоді від соціальних мереж та кіберкомунікативної адикції.

#### **2.1. Обґрунтування емпіричної моделі дослідження комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді**

Соціальні мережі сьогодні являють собою не лише засіб передачі інформації. Вони є середовищем спілкування, побудови міжособистісних стосунків, місцем самореалізації особистості та розгортання різного роду комунікативних практик. Інтернет-сервіси надають широкий спектр додаткових можливостей та постають як нове, специфічне доповнення до людської життєдіяльності.

На основі результатів досліджень багатьох науковців ми проаналізували специфіку комунікації користувачів соціальних мереж та виокремили різновиди комунікативних інтернет-практик у соціальних мережах. Узагальнений вигляд цих практик представлений на рис. 2.1.

*Інформаційна комунікативна практика* полягає в обміні особистими (інформацією різного роду: аудіо, відео, текст тощо) або публічними повідомленнями (на мережевих сторінках), перегляді новин, сторінок інших користувачів. При наповненні контентом власної сторінки відбувається

конструювання стосунків з іншими користувачами, обмін інформацією про себе посередництвом самопрезентації.

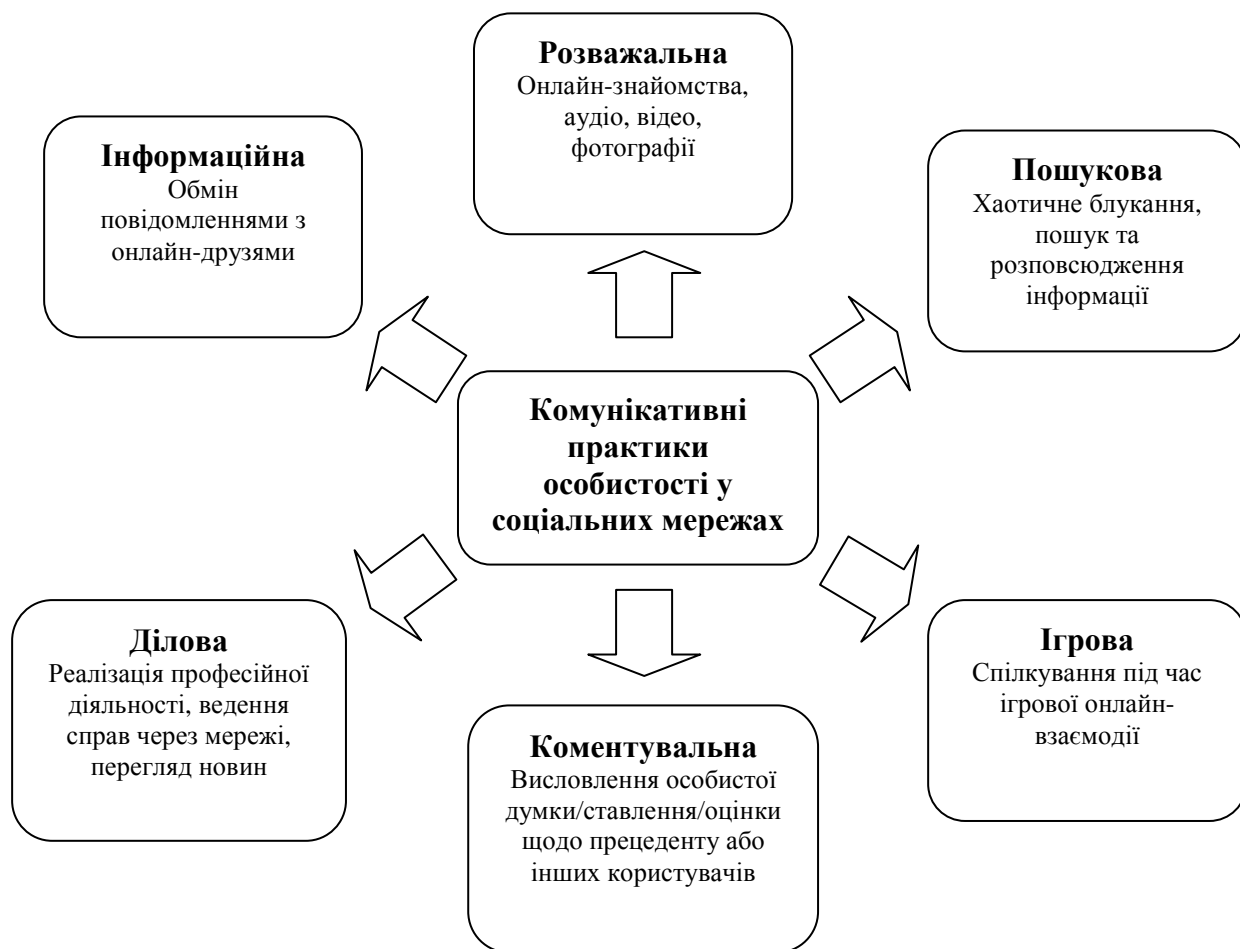


Рис. 2.1. Модель комунікативних інтернет-практик особистості

*Пошукова практика* полягає у переключенні з одного посилання на інше, хаотичному блуканні користувачів мережею, пошук та перегляд новин, розповсюдження інформації. Вона відволікає увагу, віднімає багато часу, втомлює, при цьому не приносить очевидної користі.

*Коментування* є комунікативною практикою, характерною лише для віртуального простору. Вона полягає у висловленні особистої думки, ставлення, що може адресуватися як певній особі, так і онлайн-друзям, мережевій спільноті. Коментування відрізняється від інформаційної практики тим, що воно не передбачає чітких правил, обов'язкового обміну коментарями між учасниками комунікації.



Суть коментарів як комунікативної мережевої практики полягає в оцінюванні (профайлу, мережевого образу користувачів, фотографій, постів, новин тощо). Вони стали настільки важливою частиною віртуальної комунікації, що користувачі для висловлення свого ставлення використовують лише одну кнопку, що дозволяє «лайкнути», «прокоментувати», «поділитися».

**Ділова практика** як різновид комунікативної інтернет-практики представляє собою повсякденні звичні соціальні дії, що ґрунтуються на колективному досвіді та спрямовані на підтримання та розвиток ділової комунікативної взаємодії у мережевому просторі (пошук клієнтів, розсилка інформації, реклама, обмін повідомленнями з клієнтами).

Ділова комунікативна практика може розгортатися у закритому форматі з обмеженим зовнішнім впливом (в одній структурі, спілкування та обмін інформацією з колегами, внутрішні мережі) та у відкритому (взаємодія із зовнішнім світом, обмін повідомленнями з клієнтами тощо).

**Ігрова комунікативна практика** переважно розгортається в таких онлайн-сервісах як онлайн-ігри під час обміну повідомленнями в ігрових командах, пошуку союзників, знайомствах в іграх. Ігрова комунікація допомагає відволіктися від проблем у реальному житті, додає різноманіття, підвищує настрій, додає емоцій та сприяє підвищенню самооцінки за рахунок певних досягнень.

В процесі розгортання **розважальної комунікативної практики** користувачі надають перевагу сервісам знайомств, обміну музикою, перегляду та обміну відеоконтентом, фотографіями. Крім того, вони цікавляться розміщенням різноманітних об'яв у референтних групах або групах за інтересами.

З метою всебічного вивчення особливостей комунікативних практик молоді, залежної від соціальних мереж, ми обрали для дослідження користувачів віком від 18 до 35 років. Важливим для нас є аналіз феномену адикції від соціальних мереж з точки зору її прояву в комунікативних практиках, що розгортаються в процесі звичної повсякденної комунікації.

Загальновідомою є точка зору, згідно з якою молодь визначається як соціально-демографічна група, виокремлена на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального положення і обумовлених ними соціально-психологічних характеристик (табл. 2.1.). Українські дослідники О. Вишняк, М. Чурилов, С. Макеєв визначають молодь як соціальну спільноту, що посідає певне місце в соціальній структурі суспільства й набуває соціального статусу в різноманітних соціальних структурах (соціально-класові, професійно-трудова, соціально-політичні тощо), має спільні проблеми, соціальні потреби та інтереси, особливості життєдіяльності тощо [137].

Вікові визначення молоді є найбільш поширеними, однак, багато дослідників вказують на відсутність наукової підстави таких визначень, тому більшість вчених відмовляються від встановлення жорстких вікових меж при визначенні молоді. Зокрема, важливою характеристикою молодих людей є сприйняття себе саме як «молодих», які, на відміну від дітей і дорослих, володіють соціальним статусом та особливостями молоді, що визначаються ролями та функціями, яку вона виконує у суспільстві.

Як зазначають М. В. Савчин та Л. П. Василенко [119], молодість, або рання дорослість, є найтривалішим періодом життя, який характеризується стабільністю у психологічному, соціальному та психофізіологічному аспектах розвитку (табл. 2.1.). На цьому етапі людина активно реалізує свій особистісний потенціал у різних сферах життєдіяльності, досягає найвищого рівня в розвитку Я-концепції, облаштовує сімейне життя, виявляє піклування про інших, а не тільки про себе, пізнає свої можливості, переживає різноманітні вікові кризи, зміну провідних видів діяльності, а також соціального статусу, здійснює пошук своєї ідентичності (обирає професію та спосіб життя). Окрім переживань та розчарувань своєму шляху, вона отримує життєвий досвід та мудрість, знаходить своє місце в житті та приймає багато самостійних та відповідальних рішень.

## Вікові особливості психічного розвитку молодшої людини

Особливості	Характеристика
Я-концепція	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відносно стійка, більш-менш усвідомлена система уявлень про себе, яка переживається як неповторна і є основою для самовизначення у світі, взаємодії з іншими, ставлення до себе;</li> <li>- розвиток Я-концепції залежить від самоактуалізації особистості – бажання розвиватися.</li> </ul>
Зміна в мотиваційних настановах	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відбувається розширення чи зміна раніше сформованих поглядів, виникнення нових потреб та багатьох проблем, які необхідно розв'язувати;</li> <li>- зниження імпульсивності у поведінці, врахування зовнішніх та внутрішніх обставин життя;</li> <li>- вибір власної життєвої стратегії.</li> </ul>
Професійна діяльність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оволодіння обраною професією, набуття необхідних знань, вмінь та навичок;</li> <li>- реалізація обраного життєвого шляху;</li> <li>- розвиток спеціальних професійних та особистісних якостей (ініціативність, організаторські здібності, винахідливість, уважність, точність, швидкість реакції тощо).</li> </ul>
Створення власної родини	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вибір супутника життя та народження першої дитини;</li> <li>- зміна образу життя, нові труднощі та обов'язки, зміна соціальної ролі, спільна відповідальність подружжя.</li> </ul>
Емоційний розвиток	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стабілізація емоційного життя, контроль власних емоційних переживань, збагачення емоційного досвіду, формування таких емоційних властивостей, як емпатія, саморегуляція, багатство (бідність емоційного життя);</li> <li>- сформовані почуття стають головними детермінантами емоційного життя.</li> </ul>
Зміни у встановленні дружніх взаємовідносин	<ul style="list-style-type: none"> <li>- перехід дружби на якісно новий, більш глибокий рівень;</li> <li>- формування дружніх довготривалих стосунків в цей період частіше відбувається в процесі спільної навчальної або професійної діяльності</li> </ul>
Криза 30 років	<ul style="list-style-type: none"> <li>- період, який зумовлений життєвими труднощами, помилками, розчаруваннями та часто пов'язаний з пошуком сенсу життя та переоцінкою життєвих цінностей.</li> </ul>

Молодість, як певна визначена фаза, етап життєвого циклу та пов'язані з нею соціально-психологічні особливості мають соціально-історичну природу і залежать від суспільного устрою, культури та властивих кожному конкретному суспільству закономірностей соціалізації. В Україні відповідно до Роз'яснення Мін'юсту України від 13.09.2012 р. до статті 1 Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» від 05.02.1993 р., молодь, молоді громадяни – громадяни України віком від 14 до 35 років [45].

Зважаючи на вищезазначену інформацію, з метою всебічного вивчення особливостей інтернет-практик молоді, залежної від соціальних мереж, ми обрали для дослідження користувачів саме віком від 18 до 35 років.

Для більш детального аналізу вікового розподілу користувачів соціальних мереж нами були виділені три вікові періоди (за О. В. Парняковим та П. І. Сидоровим [125]): пізня юність (18-20 років); період ранньої дорослості (21-30 років) та середньої дорослості (31-45 років).

Більшість дослідників відносить початок періоду дорослості до моменту закінчення юності. Для кожного з її періодів відмічаються певні характерні особливості. Для стадії ранньої дорослості характерне оволодіння роллю дорослої людини, юридична та економічна відповідальність. У більшості молодих людей з'являється власна родина, перша дитина. Завершується отримання вищої освіти, на роботі засвоюються професійні ролі, утворюється нове коло спілкування. Середня дорослість є періодом вдосконалення у виконанні професійної ролі, відносна матеріальна самостійність, порівняно широке коло соціальних зв'язків, наявність та задоволення потреб різного характеру поза професійною діяльністю.

Комунікативні практики в соціальних мережах є достатньо різноманітними. Користувачі можуть обирати серед великого спектру функціональних та технічних можливостей, що є подібними між собою, однак можуть відрізнятися в кожній окремій соціальній мережі. В залежності від цілей та намірів користувачів у їх розпорядженні є пошук та

розповсюдження інформації (репости, пошук друзів, інформаційні пости на стінах свого акаунту), різноманітні види повідомлень (особисті повідомлення, рекламні повідомлення, обмін повідомленнями під час онлайн-гри), коментарі, розваги (знайомства, обмін медіа тощо).

В залежності від активності користувачів та частоти здійснення комунікативної взаємодії можна виділити *пасивні практики* (характеризуються споживацькою спрямованістю: відсутність активного наповнення акаунту та генерування інформаційного контенту, однак спостереження за перебігом подій та комунікацій, пошук потрібної інформації тощо) та *активні практики* (генерування власного інформаційного контенту, в тому числі копіювання його з інших джерел та використання як власного повідомлення, репосту, активне прийняття участі в різних групах, коментування, використання додаткових сервісів, пошук нових онлайн-друзів тощо) [17; 60; 90; 108; 111; 115; 116; 123; 134; 135].

В залежності від впливу на ефективність комунікації в соціальних мережах практики можуть бути *конструктивними* та *деструктивними*, за змістом *агресивними*, *дружніми*, *підтримуючими*, про що більш детально описано нами в попередньому розділі [1; 17; 60; 68; 69; 90; 111; 113; 123]. Крім того, за критерієм впливу на розвиток мережної комунікації практики можна виокремити *ініціативні* та *реактивні*. Ініціативна комунікація сприяє активній взаємодії з іншими користувачами, наприклад, інформування, запитання, прохання, пропозиція тощо. До ініціативних практик негативного характеру можна віднести провокацію, тролінг, нав'язливу інформацію, сперечання тощо. Реактивні комунікативні практики полягають у певній реакції на ініціативні і також можуть бути конструктивними (вираження емоцій, оцінка, порада, надання інформації тощо) та деструктивними (образа, конфлікт).

Які саме комунікативні практики реалізуються залежить від специфіки соціальної мережі, від ступеню прояву довіри між співрозмовниками, а також від конкретних цілей членів віртуальної мережі та їх мотивації. В умовах

обмежених можливостей комунікації, професійної діяльності, дозвілля тощо, одним з наслідків користування соціальними мережами є конструювання альтернативної віртуальної особистості, іноді кращої за реальну. У випадку повноцінної та успішної життєдіяльності віртуальні комунікативні практики мають скоріше характер доповнення до основної комунікативної діяльності особистості. Однак у разі формування кіберзалежності, практики можуть носити компенсаторний характер, бути заміною реальної міжособистісної взаємодії.

У першому розділі ми зазначали на тому, що одним з найважливіших критеріїв діагностики кіберзалежності на сьогодні є ступінь впливу залежності від соціальних мереж на життя та діяльність адикта, взаємопов'язаний з критерієм кількості часу, витраченого на перебування у віртуальному світі. Причиною виникнення залежності може бути, з одного боку, інформаційно-технічний прогрес у суспільстві, що дозволяє постійно бути в курсі подій, йти в ногу з часом та підтримувати зв'язок з навколишнім світом практично в будь-яких умовах, оперативно вирішувати поточні проблеми. З іншого боку, розвитку залежності сприяє безперервне використання власне соціально-мережових технологій, що є допоміжними засобами в активному повсякденному житті та часто є необхідними для професійної, навчальної, комунікативної діяльності. Крім того, їх постійний розвиток та вдосконалення підтримує інтерес користувачів та сприяє зануренню у кіберпростір (рис. 2.2.).

Залежна особистість весь час приділяє об'єкту своєї залежності, вона добре засвоює всі правила та особливості мережевої взаємодії, отримуючи від власної комунікативної активності певну користь та ще більше занурюючись у кіберпростір. Зокрема, чим більшою є кількість віртуальних друзів, тим більше можна отримати цікавих запрошень та вигідних пропозицій, потрібного спеціаліста, знайти або поширити необхідну інформацію максимально швидко, отримати більше коментарів, відгуків, лайків та репостів на свої повідомлення.

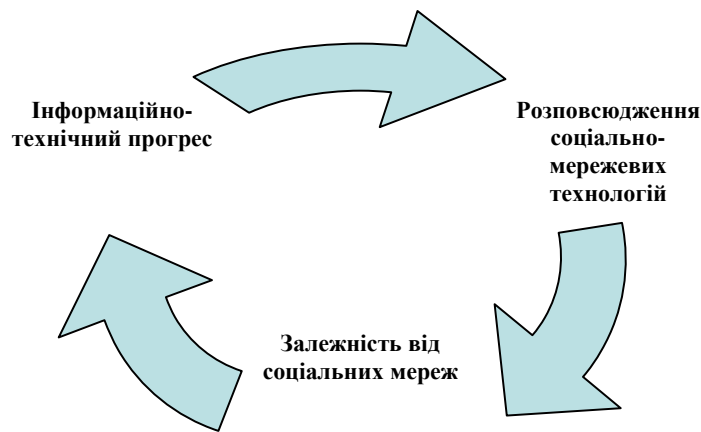


Рис. 2.2. Залежність від соціальних мереж як наслідок комунікативно-інформаційного розвитку суспільства.

Крім того, можна приймати участь в різноманітних розіграшах, акціях, вигравати призи та подарунки тощо. Це сприяє зростанню рейтингу та популярності активних користувачів, які окрім широкого кола спілкування, мають певні привілеї (наприклад, отримують бали, бонуси, голоси, запрошення, віртуальні подарунки та гроші тощо).

Чим більше у користувача друзів, а відповідно лайків, коментарів та репостів, тим більше шансів отримати високе місце у рейтингу, просунути свою сторінку та зробити її популярнішою. Це має позитивний вплив на самоствердження особистості, задоволеність від спілкування та появу відчуття власної потрібності, авторитету та успіху в онлайн-комунікації, однак, з іншого боку, може сприяти узалежненню від соціальних мереж (рис. 2.3.).

Надмірна захопленість соціальними мережами та зануреність у події віртуального простору позначаються на виборі адиктивним користувачем комунікативних практик, завдяки яким він реалізує віртуальну взаємодію, підтримує вже існуючі стосунки або здійснює пошук нових. Під впливом кіберпростору перетворень зазнають його цілі, потреби та бажання, що реалізуються в соціальних мережах. Як наслідок, змінюється контентуальне наповнення, формується сприйняття та ставлення до себе та до інших користувачів як до частини віртуального світу.

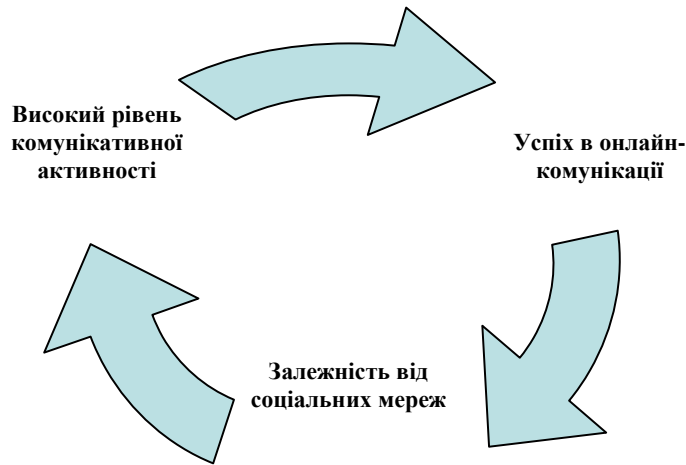


Рис. 2.3. Залежність від соціальних мереж як наслідок успіху в онлайн-комунікації.

На вибір практик комунікації та ефективність онлайн-взаємодії впливає також зниження критичного ставлення до змін, що відбуваються внаслідок надмірного перебування у соціальних мережах, зниження соціальної активності у реальному житті, ігнорування фізичної напруженості, втоми та відпочинку, відсутність конкретних цілей, завдань, плану проведення часу у мережі. В той же час великий обсяг та мінливі форми подачі інформації породжують мозаїчність сприйняття, викликають труднощі з зосередженням уваги, що певним чином позначається на сприйнятті та передачі інформації, стає причиною роздратованості та підвищеної агресії, конфліктності.

Аналізуючи комунікативні практики в соціальних мережах та визначаючи критерії дослідження, ми спиралися на зазначену нами в попередньому розділі специфіку соціальних мереж як середовища розгортання практик. В першу чергу чергу вона полягає в тому, що комунікація є опосередкованою та реалізується за допомогою певних технічних засобів, характеризується текстовою передачею інформації та можливістю поєднання різних типів повідомлень.

*Соціально-психологічна* специфіка мережевого простору полягає в анонімності, відсутності фізичної представленості, вибірковій самопрезентації, асинхронії (можливості відстроченої комунікації), зниженні рівня культурних



та статусних обмежень, відсутністю просторових та часових меж, необхідністю дотримуватися нетикету.

*До психологічних аспектів* розгортання комунікативних мережевих практик відноситься підвищена вербальна активність, розірваність та мозаїчність, добровільність контактів та можливість припинення спілкування в будь-який момент, окреслення певного кола співрозмовників, відсутність вікових та статусних обмежень, відчуття постійного потоку інформації, специфіка вираження емоційного стану під час міжособистісної взаємодії, що полягає у використанні певних символів та знаків, що позначають емоції тощо.

Крім того, до емпіричного дослідження ми підійшли з обґрунтуванням чинників залежності від соціальних мереж, більш поглиблене вивчення яких може краще зорієнтувати в комунікативних практиках користувачів, залежних від соціальних інтернет-мереж. У першому розділі ми зазначали на тому, що *соціальна ситуація навколишнього середовища*, яка полягає у стрімкому інформаційно-технологічному розвитку, інформатизації суспільства, комунікативному характері соціальної реальності, появою та розповсюдженні мережної комунікації сприяє розвитку узалежненості від соціальних мереж. Проникнення мереж практично у всі сфери життєдіяльності, безперервна включеність в інформаційний потік, події та діалоги віртуального світу сприяють появі труднощів у контролі над часом, проведеним у мережах, а також певним чином впливають на вибір комунікативних практик, ефективність комунікативної онлайн-взаємодії.

Такі *соціально-психологічні чинники*, як розширення меж спілкування, задоволення потреби в приналежності до соціальної групи та її визнанні, можливість утекти від реальності, особливості соціальних мереж як комунікативного середовища (доступність, анонімність, відкритість та швидкість комунікації, широка можливість пошуку нових друзів, необмежений доступ до інформації, відсутність контролю та чітких правил поведінки тощо) сприяють захопленню соціально-мережевою реальністю. Весь свій час

адиктивна особистість витрачає на взаємодію з об'єктом залежності, що позначається на критичному ставленні до тих змін, що з нею відбуваються внаслідок розвитку залежності, а також на її виборі комунікативних практик.

Крім того, *індивідуальні особливості* залежних (невпевненість у собі та заведенні нових соціальних контактів, інтровертованість, схильність до агресивного спілкування, конфліктність та тривожність), *ставлення до соціальних мереж як до середовища довіри*, де можливо вільно почуватися та бути ким хочеться, стають причинами поступового узалежнення від віртуального простору [3; 11; 37; 141; 148; 150; 152; 158]. Занурюючись у комунікативну онлайн-взаємодію, хтось намагається підвищити власну самооцінку та шукає шляхи реалізації власних можливостей, хтось рятується від самотності та поринає в спілкування або ігрові фантазії, хтось відволікається від проблем та труднощів і намагається відшукати нові способи відпочинку або розваг, поступово відсторонюючись від подій реального життя, що як наслідок може спричинити розвиток адикції.

Отже, ми бачимо, що чинниками, які впливають на розвиток у молодих людей залежності від соціальних мереж можуть бути як індивідуальні особливості самої особистості, вплив власне комунікативного інтернет-середовища, так і технологічний прогрес, розвиток інформаційно-технічного суспільства в цілому.

Спираючись на результати теоретичного аналізу, нами були виділені *діагностичні критерії емпіричного вивчення комунікативних інтернет-практик в соціальних мережах*: ступінь захопленості мережним простором, частота та тривалість користування мережами, вибір соціальної мережі, систематичність вибору певних онлайн-сервісів та послуг; провідна мотивація користування соціальними мережами; вплив перебування у соціальній мережі на реальне життя; перспективи майбутнього життя у зв'язку з комунікативною активністю у мережі.

Дані критерії певним чином позначаються на виборі користувачами комунікативних практик у соціальних мережах (ділової, інформаційної,

коментувальної, розважальної, пошукової чи ігрової), що, в свою чергу, впливає на віртуальну комунікацію (рис. 2.4.).

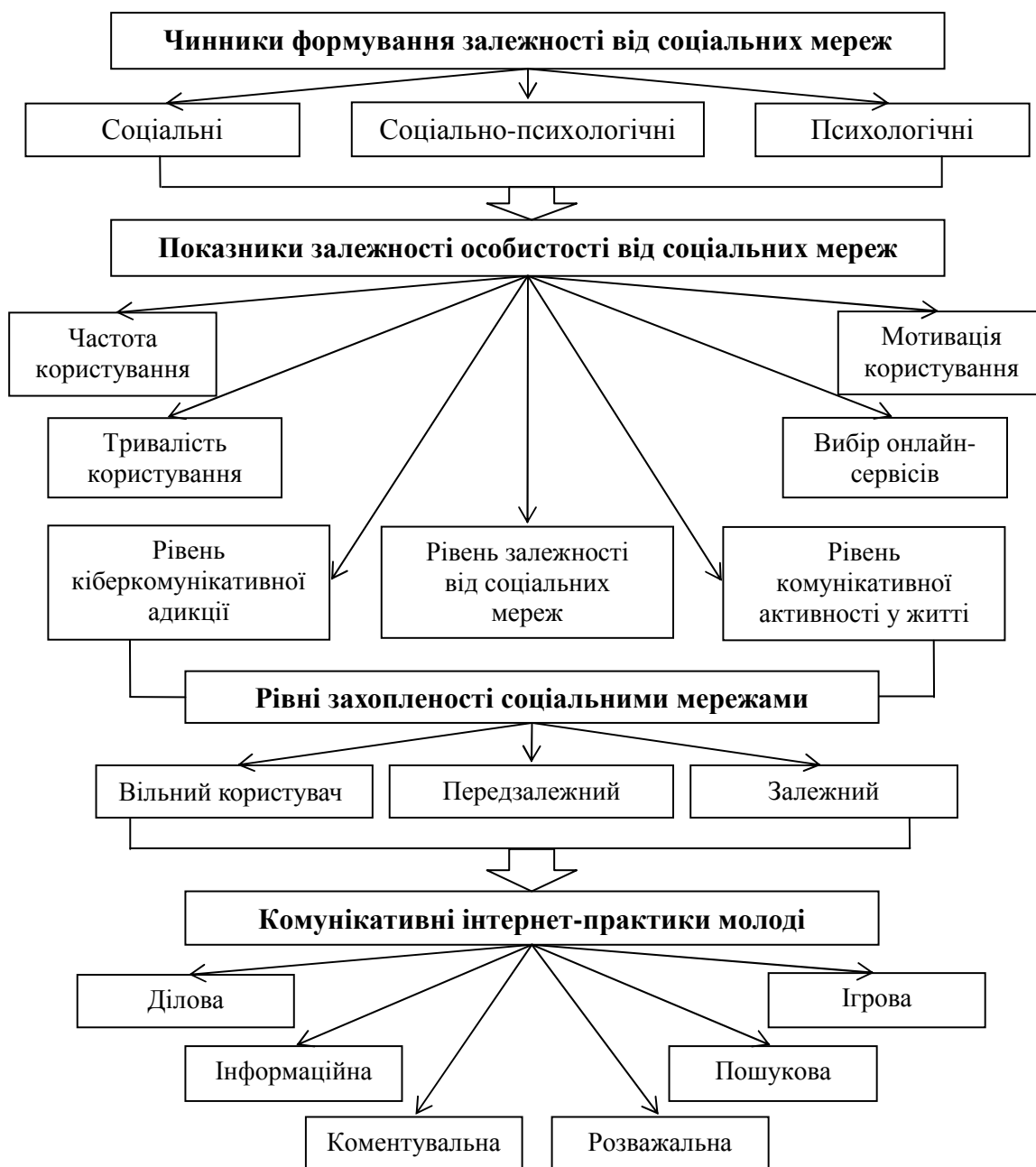


Рис. 2.4. Емпірична модель дослідження комунікативних інтернет-практик молоді у соціальних мережах

Стає зрозумілим, що постійна дія чинників як обставин та умов, сприятливих для розвитку адикції від соціальних мереж, позначається на саморегуляції, самоорганізації, спроможності критично сприймати та контролювати час, витрачений на комунікацію в соціальних мережах. В свою

чергу, постійна дія адиктивного агента стає причиною трансформацій бажань, що реалізуються залежною особистістю в мережах та мотивів, що лежать в основі користування ними та позначаються на виборі комунікативних практик та як результат на ефективності комунікації в процесі онлайн-взаємодії.

Таким чином, ми отримали можливість проаналізувати, обґрунтувати та гіпотетично передбачити специфіку розгортання комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді. Виходячи з нашого аналізу, можемо припустити, що залежність від соціальних мереж позначається на виборі та процесі розгортання повсякденних комунікативних практик в процесі віртуальної взаємодії, що, в свою чергу, відображається на ефективності комунікації у кіберпросторі.

Для дослідження комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді слід обґрунтувати інструментарій та розробити програму емпіричного дослідження.

## **2.2. Етапи та методи емпіричного дослідження комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді**

Емпіричне дослідження комунікативних інтернет-практик молоді спрямовано на визначення рівня захопленості користувачів соціальними мережами, провідних мотивів користування мережами, впливу рівня комунікативності в реальному житті на ступінь активності в мережному просторі та розкриття специфіки комунікативних практик молоді залежної від соціальних мереж з урахуванням особливостей віртуального простору. Емпіричне дослідження складалося з трьох етапів.

На **першому етапі** дослідження був запланований підбір методичного інструментарію, спрямованого на визначення рівня залежності особистості від соціальних мереж та кіберкомунікативної адикції, тобто залежності від соціальної взаємодії, а також використання методик, спрямованих на розгляд мотивації користування молоддю соціальними мережами, визначення рівня

комунікативності досліджуваної молоді та виявлення специфіки комунікативних практик молоді, залежної від соціальних мереж.

**Другий етап** передбачав проведення емпіричного дослідження, спрямованого на виявлення рівня залежності молоді від соціальних мереж, визначення психологічних особливостей прояву захопленості ними в групах із різним рівнем мережевої залежності, вікових і статевих відмінностей такої залежності.

На **третьому етапі** основним завданням було дослідження особливостей комунікативних інтернет-практик молоді із різним рівнем адикції від соціальних мереж, визначення їх специфіки у молоді, узалежненої від соціальних мереж та подання соціально-психологічних рекомендацій із конструктивної організації молоддю комунікативного простору в інтернет-мережі.

Підбір методичних засобів відбувався згідно із завданнями дисертаційної роботи, що передбачали розробку програми емпіричного дослідження комунікативних практик молоді, узалежненої від соціальних мереж та визначення характерних особливостей її комунікативних практик у мережевій взаємодії. Методичний інструментарій представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Методичний інструментарій дослідження

<b>Основні складові вивчення комунікативних інтернет-практик</b>	<b>Методики</b>
Рівень захопленості кіберпростором	- Опитувальник на визначення рівня захопленості мережею Інтернет В. В. Посохової; - Опитувальник на кіберкомунікативну залежність А. В. Тончевої
Рівень комунікативності досліджуваних	Методика В. Ф. Ряховського «Оцінка рівня комунікативності»
Мотивація користування соціальними мережами	Анкета мотивації використання Інтернету В. М. Фатурової

Розглянемо більш детально представлені в таблиці методики.

Для дослідження **рівня захопленості кіберпростором** було використано опитувальник В. В. Посохової, спрямований на визначення рівня захопленості мережею Інтернет [113], який був нами адаптований для визначення рівня залежності саме від соціальних мереж. Він дає можливість виявити не лише власне залежність, а встановити наявність проміжних станів, зокрема, початок розвитку адикції, що є дуже важливим для попередження подальшого розвитку залежної поведінки.

Опитувальник включає три шкали, за допомогою яких можна визначити три типи користувачів соціальних мереж:

1) тип вільних від залежності користувачів, які контролюють час свого перебування онлайн та не мають через використання соціальних мереж проблеми у соціальній сфері або особистому житті;

2) тип передзалежних, в яких є певні проблеми, пов'язані з надмірним захопленням соціальними мережами: неможливість вчасно виконувати свої соціальні обов'язки, неспроможність самостійно припинити мережеву комунікацію та збільшення часу, проведеного онлайн, непорозуміння з рідними та друзями внаслідок частого перебування у віртуальному світі;

3) тип залежних користувачів, для яких характерною є повна поглиненість онлайн спілкуванням та втрата контролю над часом, проведеним у соціальних мережах. У них втрачається відчуття реальності, особистість усамітнюється, спостерігається погіршення самопочуття, як фізичного, так і психічного тощо.

Опитувальник складається з 14-ти тверджень, до кожного з яких пропонується 4 варіанти відповідей, серед яких респондент може обрати той, з яким він повністю згоден, або навпаки, не погоджується. Відповіді на запитання даного опитувальника дозволяють з'ясувати рівень захопленості користувачів соціальними мережами.

Для дослідження найбільш розповсюдженої форми кіберадикції – кіберкомунікативної залежності, викликаной надмірним спілкуванням в соціальних мережах було застосовано *опитувальник на визначення рівня кіберкомунікативної залежності* А. В. Тончевої [138].

Методика містить 20 тверджень, які досліджуваним пропонується оцінити від 1 до 5 балів. Відповіді на запитання дозволяють визначити рівень впливу спілкування у соціальних мережах на життя особистості та те, яким чином мережна комунікація позначається на професійному та особистому житті, навчанні, виконанні соціальних ролей тощо.

Для дослідження **рівня комунікативності користувачів соціальних мереж** було використано тест В. Ф. Ряховського «*Оцінка рівня комунікативності*» [52], який дозволяє виявити рівень комунікабельності особистості. Він складається з 16 проблемних суджень, на які респонденти мають обрати один з варіантів відповідей. Таким чином, результати дозволяють визначити рівень комунікабельності користувачів соціальних мереж у реальному житті, наскільки охоче вони знайомляться з новими людьми, як часто висловлюють свою думку з тих чи інших питань, терплячі або ж навпаки запальні, образливі чи нестримані під час комунікації, що може бути причиною різноманітних конфліктів та роздратування під час онлайн-спілкування.

Для визначення **провідної мотивації користування соціальними мережами** (комунікативними інтернет-сервісами) ми використали *анкету мотивації використання Інтернету* В. М. Фатурової [143], спрямовану на визначення найбільш розповсюджених мотивів, провідної тематики інформації та найбільш популярних мережевих послуг, що найбільше цікавлять користувачів кіберпростору. Методика орієнтована на визначення таких мотивів:

1. Діловий мотив, який пов'язаний із тим, що для багатьох користувачів робота в соціальних мережах є частиною професійної діяльності, орієнтована на пошук клієнтів, власну рекламу тощо; до якого

входить також корпоративний мотив, тобто орієнтація користувачів мереж на співробітництво, приналежність до групи, а не лише на спілкування з іншими, зокрема, при роботі або в процесі онлайн-ігор.

2. Пізнавальний мотив, пов'язаний з отриманням нових знань, пошуком корисної інформації, що включає в себе:

а) освітній (пошук навчальної інформації для підготовки до семінарів, екзаменів, написання рефератів, курсових, дипломних робіт тощо);

б) науковий;

в) підвищення соціальної ерудиції та розвивального інтелекту;

г) пошук «негативної» інформації (порносайти, сайти насильства, тероризму тощо);

д) пошук цікавої інформації за інтересами, розважальної інформації.

3. Мотив самоутвердження, в основі якого лежать такі психологічні явища, як самооцінка, мотивація досягнення особистості. Соціальні мережі стали додатковим середовищем для доведення особистості собі та іншим своєї цінності, важливості, потрібності. Оскільки користувачі можуть самостійно створювати власну мережеву ідентичність, яка може відповідати або не відповідати дійсності. Саме тому проблеми самоствердження, зокрема, за рахунок самопрезентації та подальшого комунікативного успіху (або неуспіху), займають у житті багатьох користувачів важливе місце. Мотив самоствердження поділяється на декілька видів:

а) мотив «досягнення»;

б) мотив підвищення самооцінки;

в) самоактуалізація.

4. Комунікативний мотив, пов'язаний із тим, що комунікація в мережах дає користувачам можливість створювати віртуальний образ або мережеву ідентичність відповідно до своїх бажань, контролювати її, відповідно, самому обирати онлайн-друзів. В будь-якій соціальній мережі кожен користувач може формувати і за необхідності коригувати власний список друзів, а також блокувати небажаних знайомих.



З метою адаптування наведеної анкети до завдань дослідження, зміст даного блоку запитань зазнав деяких уточнень і певних трансформацій. *Комунікативний мотив* було структуровано наступним чином:

- а) обмін повідомленнями з онлайн-друзями;
- б) обмін відео, аудіо;
- в) комунікація під час онлайн-гри;
- г) коментування записів мережевих друзів.

5. Мотив рекреації та ігровий мотив, пов'язаний із тим, що дозволяє, відпочинок, гра займають важливе місце у житті кожної людини, сприяючи психологічному розвантаженню, відновленню її функціонального стану та працездатності. Крім того, гра та рекреація є способом оволодіння новими видами діяльності, тренуванням та перевіркою своїх можливостей, змаганням.

Ігри для соціальних мереж – це різновид онлайн-ігор, які поширюються переважно через соціальні мережі, у більшості випадків призначені для колективного користування. Крім того, ігри в соціальних мережах стали середовищем для розгортання комунікативних практик, спілкування з вже знайомими людьми зі схожими інтересами та знайомств з новими, розвитку та покращення навичок комунікативної взаємодії.

Комунікація в безпрограшних та безкінечних мережевих онлайн-іграх дозволяє користувачам досягнути певних результатів у грі, відчути себе важливими, успішними та потрібними їхній команді, частиною віртуальної спільноти, що сприяє розвитку залежності та бажанню все більше занурюватись у життя віртуального простору. Даний мотив поділяється таким чином:

- а) ігри;
- б) музика;
- в) відеокліпи, фільми.

6. Мотив афіліації, пов'язаний із тим, що комунікативна взаємодія у соціальних мережах ґрунтується на необхідності мати дружні, близькі та

довірливі стосунки. Щоденне спілкування з незнайомими або малознайомими людьми, їх підтримка, що приносить впевненість у собі та задоволення, сприяє захопленню обох сторін комунікації. Афіліація виступає як спілкування, спрямоване на зближення.

7. Мотив самореалізації, пов'язаний із тим, що більшість користувачів соціальних мереж усвідомлюють позитивний вплив роботи в соціальних мережах на власну особистість та діяльність, на розвиток інтелектуальних та творчих здібностей.

Для **визначення специфіки комунікативних практик** молоді, залежної від соціальних мереж ми використали авторську анкету, що містить 25 запитань. Структура анкети складається з декількох блоків питань. Відповіді на ці запитання характеризують *особливості користування соціальними мережами* (термін користування мережами, тривалість онлайн-сеансу, вибір пріоритетної мережі, вибір онлайн-сервісів та послуг, кількість онлайн-друзів та друзів для регулярної комунікації) та *специфіку комунікативних інтернет-практик*: когнітивний компонент (ступінь відкритості, а саме налаштування та наповненість сторінки контентом, значимість онлайн-комунікації у реальному житті, рівень усвідомлення впливу віртуальної комунікації на життя, ставлення до власної захопленості мережами); емоційний компонент (інтенсивність емоційного включення, спосіб вираження емоцій та почуттів, емоції та почуття); поведінковий компонент (стратегія поведінки, вибір мережевих практик); потреби, що задовольняються у соціальних мережах (актуалізація потреб, перспективи онлайн-комунікації у майбутньому).

Дана методика не обмежується лише діагностичною функцією, а може виступати й засобом корекції комунікації в мережі, а також залежності від соціальних мереж. Даючи відповіді на запитання, досліджувані мають можливість проаналізувати специфіку розгортання власних комунікативних практик в соціальних мережах. Вони можуть переосмислити власний досвід комунікативної взаємодії, зрозуміти свої мотиви користування соціальними мережами, причини вибору певних видів практик та їх вплив на ефективність

взаємодії, змінити уявлення про комунікацію з онлайн-друзями, оцінити її щоденний вплив на своє життя, зрозуміти місце та роль у власному комунікативному інтернет-просторі, проаналізувати свої цілі та бажання від подальшої комунікації в мережах.

Для апробації методичного інструментарію було проведено пілотажне дослідження, в якому взяли участь 40 студентів Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана віком від 18 до 27 років (24 з них – студенти факультету міжнародної економіки та менеджменту; 16 – обліково-економічного факультету). Серед досліджуваних 23 жінки та 17 чоловіків.

Отримання попередніх результатів дозволило нам внести певні зміни в алгоритм подання методик, упорядкувати їх за логічною послідовністю згідно з завданнями дослідження. Стало зрозуміло, що першими піддослідним мають надаватися завдання з визначення рівня залежності від соціальних мереж та кіберкомунікативної залежності, оскільки це дозволить одразу розподілити досліджуваних за рівнем залежності, що спрощує здійснення подальшого порівняльного аналізу комунікативних практик молоді, що є залежною від соціальних мереж та вільною від такої залежності.

На основі опитувальника РІЗ В. В. Посохової, спрямованого на визначення рівня захопленості Інтернетом нами було апробовано авторську версію, адаптовану для визначення міри захопленості соціальними інтернет-мережами. Зважаючи на внесені зміни, через шість місяців нами була здійснена перевірка опитувальника на ретестову надійність. За результатами повторного опитування зазначеної вибірки респондентів ( $N=40$ ) показник ретестової надійності був визначений за допомогою обчислення показників кореляції для вибірки повторно опитаних та становив ( $r=0,812$ ;  $p\leq 0,01$ ), що свідчить про усталеність отриманих результатів.

Для перевірки надійності даних нами обчислювався показник  $\alpha$ -Кронбаха ( $\alpha=0,78$ ), показник якого вказує на її внутрішню надійність та можливість використання у роботі [95; 96]. Нормальність та рівномірність

розподілу груп досліджуваних за рівнем захопленості мережним простором було перевірено за допомогою критерію Колмогорова-Смирнова (дод. Д).

Далі слід давати методику на визначення рівня комунікабельності користувачів, потім методику на розгляд мотивації користування соціальними сервісами, а в останню чергу – проведення анкетування з метою дослідження особливостей комунікативних практик молоді. Такий порядок подання діагностичного матеріалу дозволив досліджуваним спочатку послідовно проаналізувати та переосмислити роль соціальних мереж у своєму житті, зокрема, звернути увагу на час, який щодня витрачається на віртуальну комунікацію, а також мотиви, які найбільше до неї спонукають, а потім – доповнити своїми роздумами відповіді на питання анкети.

У дослідженні комунікативних практик залежної від соціальних мереж молоді взяли участь особи віком від 18 до 35 років, активні користувачі соціальних інтернет-мереж з різним досвідом їх використання.

Загальна кількість випробуваних становила 312 осіб, із них: 40 осіб студенти Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Інституту прикладного системного аналізу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» таких факультетів, як «Міжнародна економіка та менеджмент», «Облікова економіка», «Системних досліджень» та «Лінгвістичного», що брали участь в пілотажному опитуванні; 272 особи (148 жінок та 124 чоловіка) взяли участь в опитуванні безпосередньо в соціальних інтернет-мережах.

У пілотажному дослідженні методики випробуванням надавалися у вигляді електронних документів, на основному етапі – дистанційно, через соціальні мережі, за добровільною згодою. Мотиваційним фактором виступала домовленість про аналіз та передачу результатів для ознайомлення учасникам, а також можливість зробити свій внесок у розвиток вітчизняної науки. Запропоновані методики дозволяли зберігати анонімність досліджуваних, оскільки з персональних даних зазначалися лише вік, стать, рід занять.

Бланки методик були запропоновані у вигляді електронного документу, для зручності застосування розміщеного на Google Docs. Таким чином, дослідження не мало чітких часових обмежень, респонденти самі визначали динаміку заповнення опитувальників та обирали зручний час для заповнення бланків. У середньому заповнення всіх бланків займало у досліджуваних близько двох годин. Респондентам було запропоновано при заповненні опитувальника надати додаткові дані щодо їх віку, статі, діяльності. Заповнені бланки методик збиралися шляхом пересилання їх на адресу електронної пошти та через соціальні мережі.

Запропонований респондентам електронний документ складався із п'яти завдань, кожне з яких супроводжувалося конкретними інструкціями. Оскільки опитувальники розповсюджувалися через Інтернет-мережу, досліджувані мали можливість ставити будь-які уточнюючі запитання, прояснювати незрозумілі моменти, терміни, а також коментувати та висловлювати своє ставлення до зробленої роботи. Крім того, онлайн-опитування дозволило уникнути зовнішніх відволікаючих факторів, впливу дослідника та думок інших респондентів, сумнівів у конфіденційності [117].

Відповідність віковій групі досліджуваних, які отримали опитувальники через соціальні мережі, засвідчувалась перевіркою вказаного ними віку в їх профілях.

Зазначимо, що більшу увагу досліджуваних привертала опитувальники, що безпосередньо стосувалися діагностики залежності від кіберпростору, тому що на даному етапі вони замислювалися над кількістю свого часу, який насправді поглинають соціальні мережі кожного дня. Найбільше труднощів виникало на етапі проходженні інтерв'ю, оскільки необхідно було дати повні відкриті відповіді, згадати певні події з минулого. У процесі заповнення невдоволення викликала необхідність витратити час на набір тексту, згадувати давно забуті події.

Отже, розроблена процедура емпіричного вивчення особливостей комунікативних практик молоді, залежної від соціальних мереж розкриває поставлені нами завдання.

### **2.3. Визначення рівня залежності молоді від соціальних мереж та кіберкомунікативної адикції**

На **другому етапі** дослідження передбачалося визначення рівня залежності молоді від соціальних мереж. Для цього ми використали опитувальник РІЗ, спрямований на визначення міри захопленості Інтернетом В. В. Посохової. Отримані дані були нами розподілені у відповідності зі шкалами, які надають можливість визначити три типи користувачів соціальних мереж.

Форму розподілу отриманих даних було перевірено за допомогою тесту Колмогорова-Смирнова (досліджувана вибірка складає 272 особи), у результаті якого було з'ясовано, що розподіл відрізняється від нормального ( $z = 1,808$ ;  $p \leq 0,01$ ) та рівномірного ( $z = 4,332$ ;  $p \leq 0,001$ ) і скошений вліво (див. Додаток Г). За показниками рівня інтенсивності користування молодими людьми соціальними інтернет-мережами було виявлено наступні групи (рис. 2.5.):

- вільних від залежності – 170 осіб, що складає 63% користувачів;
- передзалежних – 80 осіб, а саме 29% користувачів, що мають певні проблеми, пов'язані з надмірним захопленням соціальними мережами;
- схильних до залежності від соціальних мереж – 22 особи, що становить 8% користувачів.

Перевірку на нормальність та рівномірність розподілу даних у групах досліджуваних за рівнем захопленості мережним простором було здійснено за допомогою тесту Колмогорова-Смирнова (див. Додаток Д). У групі вільних від залежності було виявлено відмінність розподілу від нормального ( $z = 1,524$ ;  $p \leq 0,05$ ). У групі передзалежних користувачів було виявлено відмінність розподілу від нормального ( $z = 1,419$ ;  $p \leq 0,05$ ) та рівномірного ( $z =$

=2,279;  $p \leq 0,01$ ) зі скошенням вліво. У групі залежних дані розподілені нормально ( $z = 0,772$ ;  $p \geq 0,5$ ) та рівномірно ( $z = 1,005$ ;  $p \geq 0,1$ ).

Отже, ми можемо побачити, що 63%, а це більшість від загальної кількості опитаних, користуються соціальними мережами не набуваючи рис залежної поведінки. Вони виявляють зацікавленість до онлайн-спілкування, вбачають послуги, якими користуються у соціальних мережах корисними та цікавими, такими, що значно оптимізують процес комунікації в цілому та разом із тим не вважають мережне спілкування пріоритетним.

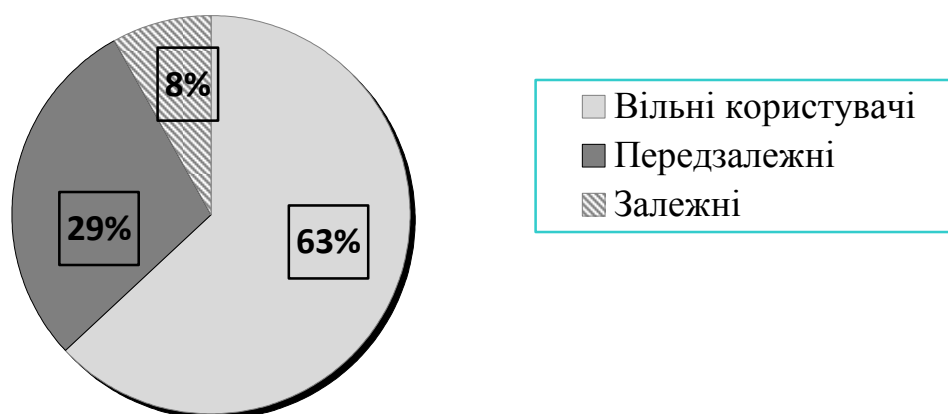


Рис. 2.5. Відсотковий розподіл молоді за показниками рівня захопленості соціальними мережами

Для молодих людей, віднесених нами до групи **вільних від мережевої залежності користувачів**, реальне життя є більш захопливим, насиченим, цікавим, наповненим подіями, ніж віртуальне. Щоденна життєдіяльність сприяє тому, що вони надають меншій значущості подіям віртуального мережного світу та приділяють більше уваги своїм реальним друзям, родичам, знайомим, вирішують актуальні життєві завдання, не уникають труднощів та проблем. Зазвичай їх комунікація в мережі продовжується з тими, кого користувачі вже знають поза її межами, тому з новими інтернет-знайомими вони також намагаються переносити спілкування у реальне життя, щоб мати більш цілісне уявлення про нього.

Користувачі, у яких відсутні ознаки залежності, спокійно сприймають невинний потік інформації та подій у соціальних мережах. Під час перебування у мережному просторі вони здатні контролювати час свого знаходження онлайн, за певних обставин можуть його скоротити, в будь-який момент перервати спілкування, а в разі необхідності – припинити. Це допомагає їм більш ефективно контролювати та використовувати час, проведений у віртуальному світі, реалізовувати поставлені задачі без шкоди для виконання своїх справ, здоров'я, спілкування тощо.

Група *передзалежних* користувачів утворила 29% від загальної кількості опитаних. Такий відсоток свідчить про те, що практично кожна третя молода людина є схильною до узалежнення від соціальних інтернет-мереж. Це означає, що вони велику кількість часу присвячують онлайн-взаємодії, захоплюються мережним спілкуванням, не помічають плину часу. Вірогідно, що представники цієї групи мають труднощі у міжособистісних відносинах з оточуючими, оскільки для них більш пріоритетним, цікавим та важливим є налагодження віртуальних контактів, ніж реальних.

Групу *узалежнених* від соціальних мереж користувачів утворили 8% від загальної кількості опитаних. Проаналізувавши відповіді на запитання, необхідно зазначити, що користувачі, віднесені нами до цієї групи, звертаються до послуг соціальних мереж за будь-якої можливості. У них відзначається підвищена дратівливість, погіршення настрою, спалахи гніву в разі відсутності можливості користування мережами або необхідності переривання свого перебування онлайн. У своїх відповідях респонденти відмічали, що у них викликають злість обставини, що заважають вільно виходити у віртуальний простір. Крім того, у них виникають певні проблеми внаслідок відкладання ділових справ, зустрічей, навчання тощо. Поступово перебування онлайн виходить з-під контролю, що негативно впливає також на фізичний стан, погіршується зір, вони відчувають хронічну втомленість, спостерігається біль у спині, руках, шиї.



Комунікативні практики в соціальних мережах набувають для узалежнених користувачів все більшої значимості. З часом онлайн-комунікація починає займати важливе місце у повсякденній життєдіяльності, стає більш цікавою та важливою, ніж спілкування з рідними та знайомими в реальному житті та, зрештою, стає основною метою перебування у віртуальному просторі.

Близькі, знайомі та родичі адиктів в цій ситуації можуть виражати своє невдоволення відносно їх надмірної зацікавленості соціальними інтернет-мережами та постійним перебуванням онлайн, що може ще більше погіршувати міжособистісні стосунки, викликати конфліктні ситуації. Проте у такому випадку залежна особистість не лише не бажає зменшувати час перебування онлайн, а приховує кількість проведеного часу в мережі.

Проведений нами у першому розділі аналіз специфіки соціальних мереж як середовища розгортання комунікативних практик дозволяє відзначити, що в процесі мережевої комунікації знижується рівень впливу соціально-психологічних характеристик особистості, обумовлених статевими відмінностями, віком, соціальним статусом, зовнішністю, рівнем комунікативності тощо. З'являється можливість компенсувати свої недоліки, демонструвати лише кращі сторони себе та свого повсякденного життя. Молоді люди у своїх відповідях зазначили на тому, що вони надають перевагу спілкуванню в соціальних мережах, що їм стало значно цікавіше спілкуватися з онлайн-друзями, ніж з людьми, які оточують їх в реальності.

На перший погляд у віртуальному світі все здається простіше, легше, доступніше. Користувачі на своїх сторінках виглядають задоволеними життям, займаються спортом, мають бездоганні стосунки, постійно подорожують, не мають проблем та негараздів тощо. Проте в реальності виявляється, що не всі такі успішні, впевнені у собі, щасливі та усім задоволені. Сторінка у соціальній мережі втілює образ бажаного життя. У віртуальному світі легше приховати власні недоліки та бути ким завгодно, не докладаючи для цього багато зусиль. Підібравши нік та яскравий аватар

можна постати у будь-якому образі, відчути себе кращим, більш впевненим, потрібним, без загрози бути викритим. Однак повертаючись у реальний світ, залежний користувач, який щойно був успішним, відчуває себе ще гірше, тому що в реальності все інакше. А оскільки він все більше часу приділяє віртуальній взаємодії, а не реальному спілкуванню, відсторонюючись та втрачаючи навички комунікації, для того, щоб відчувати себе краще, виникає необхідність все частіше звертатись до віртуального світу. Таким чином, поступово процес комунікації та перебування у соціальних мережах настільки захоплює людину, що починає керувати її життям.

Така поведінка може стати причиною серйозних наслідків для здоров'я, навчання, професійної, соціальної сфери адиктів та їх оточення. У них можуть виникати труднощі з оцінкою емоційного стану співбесідників та вираженням свого власного. Внаслідок надмірного спілкування у соціальних мережах у користувачів поступово втрачаються звичні комунікативні навички, необхідні для щоденного спілкування, забуваються слова та словниковий запас стає суттєво обмеженим, знижується рівень грамотності.

Наступним кроком нашого аналізу після виявлення груп досліджуваних відповідно до інтенсивності користування соціальними інтернет-мережами, став пошук статистично значущих вікових відмінностей між групами з різним рівнем мережевої залежності. Наявність такого зв'язку ми інтерпретуємо як можливість впливу даної соціально-демографічної характеристики на схильність до появи та розвитку залежності від соціальних інтернет-мереж. Статистична значущість відмінностей була перевірена за допомогою критерію  $\chi^2$  Пірсона.

За нашим припущенням, психологічна схильність до мережевої залежності пов'язана з віком особистості, оскільки вона часто є наслідком певних як зовнішніх обставин навколишнього середовища, так і психологічних характеристик. Зокрема, відчуття невпевненості у собі та у своїх силах, відсутність свідомого та незалежного підходу до свого життя та визначення важливих для себе цінностей, низький рівень відповідальності та легковажне

ставлення до свого майбутнього, невміння протистояти негараздам та вирішувати повсякденні труднощі більше характерно для представників періоду пізньої юності (18-20 років) та ранньої дорослості (21-30 років), на відміну від середньої дорослості (31-35 років) [125].

Комунікативний простір соціальних інтернет-мереж стає все більш доступним та звичним способом повсякденної взаємодії не лише для молодого покоління, а й для старшого (рис. 2.6.). Завдяки своїй мобільності, відкритості новому досвіду, у тому числі онлайн-знайомствам, молоді користувачі інтегрують комунікативні інтернет-практики у свої звичні способи комунікації. Крім того, постійна підтримка однодумців та онлайн-друзів, відчуття приналежності до певної соціальної групи, культури кіберпростору та орієнтованість на групові норми соціальних мереж сприяє проникненню комунікативних інтернет-практик в їх повсякденну життєдіяльність.

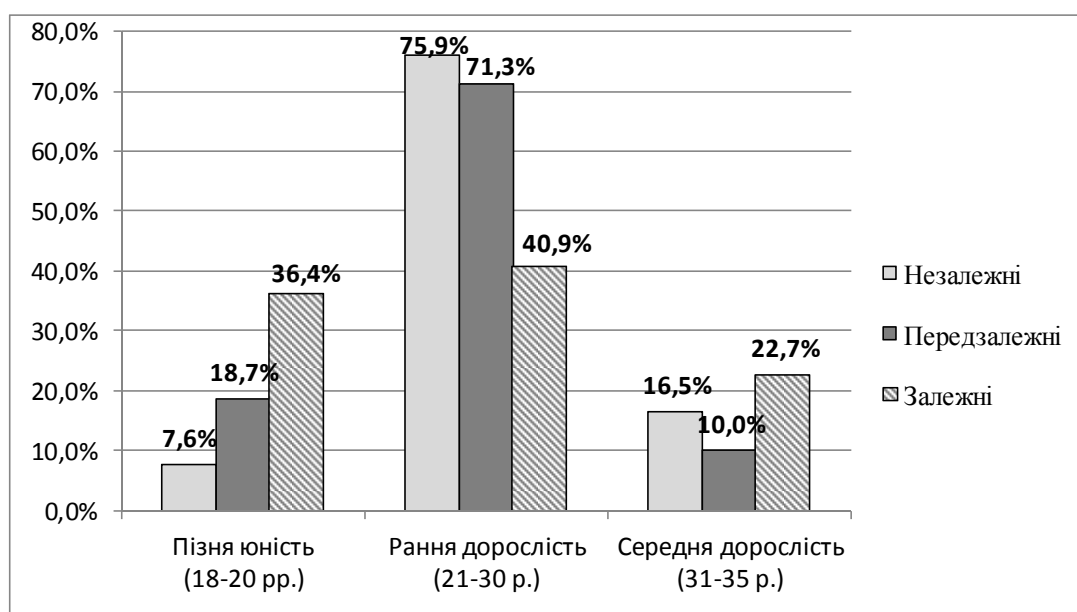


Рис. 2.6. Віковий розподіл молоді за рівнями інтенсивності користування соціальними мережами

В групі *пізньої юності* (18-20 років) кількість передзалежних молодих людей складає 18,7%, а залежних – 36,4%. Дана тенденція є цілком зрозумілою та пояснюється змінами у житті, пов'язаними з навчальною або професійною діяльністю молоді у цьому віці. Перші роки навчальної діяльності зазвичай

супроводжуються адаптацією до нових вимог, розкладу занять, щоденного розпорядку дня, великою кількістю знайомств, підвищеною соціальною активністю в цілому. В цей період увага молодих людей більше зосереджена на змінах у повсякденній діяльності та реальному житті, ніж на подіях, що відбуваються у межах інтернет-простору.

В групі *ранньої дорослості* (21-30 років) кількість передзалежних молодих людей в три рази більша, ніж у попередній групі, в той час як залежних виявилось лише трохи більше – 40,9%. Що може вказувати на сензитивність представників цієї вікової групи до впливу соціальних мереж та, як наслідок, виникнення й подальшого розвитку залежної поведінки від останніх.

Користувачів групи більше приваблює спілкування у соціальних мережах ( $\chi^2=19,0$ ;  $p\leq 0,01$ ), їм цікавіше спілкуватися з віртуальними друзями, ніж з реальними ( $\chi^2=16,5$ ;  $p\leq 0,01$ ).

Крім того, вони мають чимало проблем у міжособистісних стосунках з друзями та родичами через свою захопленість соціальними мережами, страждають від невдоволення у родині через постійне перебування он-лайн ( $\chi^2=19,7$ ;  $p\leq 0,01$ ), часто використовують мережі потай від близьких ( $\chi^2=14,1$ ;  $p\leq 0,05$ ), приховують кількість проведеного часу в мережі від близьких з метою уникнення конфліктів ( $\chi^2=17,6$ ;  $p\leq 0,01$ ).

В цей період молоді люди докладають багато зусиль з метою пошуку свого місця в житті після закінчення навчання, набуттям професійного досвіду, побудовою сімейних стосунків, тривогою за своє майбутнє, відчуттям непотрібності та самотності, потребою у підтримці. В той же час вони можуть відкладати важливі справи через віртуальну комунікацію ( $\chi^2=17,4$ ;  $p\leq 0,01$ ), думати про віртуальний простір, перебуваючи поза його межами ( $\chi^2=21,1$ ;  $p\leq 0,01$ ), відчують злість у разі відсутності можливості вийти в мережу ( $\chi^2=17,1$ ;  $p\leq 0,01$ ), ігнорують важливі справи ( $\chi^2=27,1$ ;  $p\leq 0,001$ ).

Характерним для даної групи є те, що, незважаючи на конфлікти та проблеми через свою захопленість мережевим простором, вони не виявляють бажання скорочувати час перебування у соціальних мережах ( $\chi^2=21,0$ ;  $p \leq 0,01$ ). Таким чином, під тиском життєвих труднощів за цією підтримкою та доступними порадами молоді дівчата та хлопці звертаються до соціальних мереж, що надають їм відчуття своєї цінності, захищеності, впевненості у собі. Комунікативна взаємодія сприяє зникненню відчуття самотності, відволікає від проблем, що потребують додаткових зусиль для їх вирішення, тим самим сприяючи розвитку залежності від мережної онлайн-взаємодії.

З часом молоді люди вже знаходять для себе комфортні умови існування, звичне оточення, мають вже певні професійні та життєві досягнення. Цим пояснюється найменша кількість передзалежних (10%) та залежних (22,6%) користувачів у групі *середньої дорослості* (31-35 років) порівняно з попередніми групами респондентів. Відчуття потрібності, реалізованості, впевненості у собі у них вже не залежить від думки оточення, а є результатом реальних знань та навичок, вмінь вирішувати проблеми та негаразди в реальному житті. Вони вже мають певний життєвий досвід, власну родину, дітей та не бажають витратити дарма свій вільний час та відволікатися на віртуальний мережний простір без необхідності.

З метою отримання більш повного уявлення про особливості поширення залежності від соціальних інтернет-мереж розглянемо отримані нами дані за показниками *статевих відмінностей* (рис. 2.7.).

Необхідно зазначити, що послугами мережного простору активно користуються як жінки (54,4%), так і чоловіки (45,6%). Комунікативний простір соціальних мереж надає в однаковій мірі представникам обох статей доступ до комунікативно-інформаційних, освітніх ресурсів. Цілі та мотивація користування мережами у чоловіків та жінок можуть відрізнятися, однак ми можемо спостерігати, що жінки активніше опановують мережевий простір. Згідно з отриманими даними їх кількість у соціальних мережах в незначній

мірі більша у порівнянні з чоловіками (різниця становить 8,8% на користь жіночої групи).

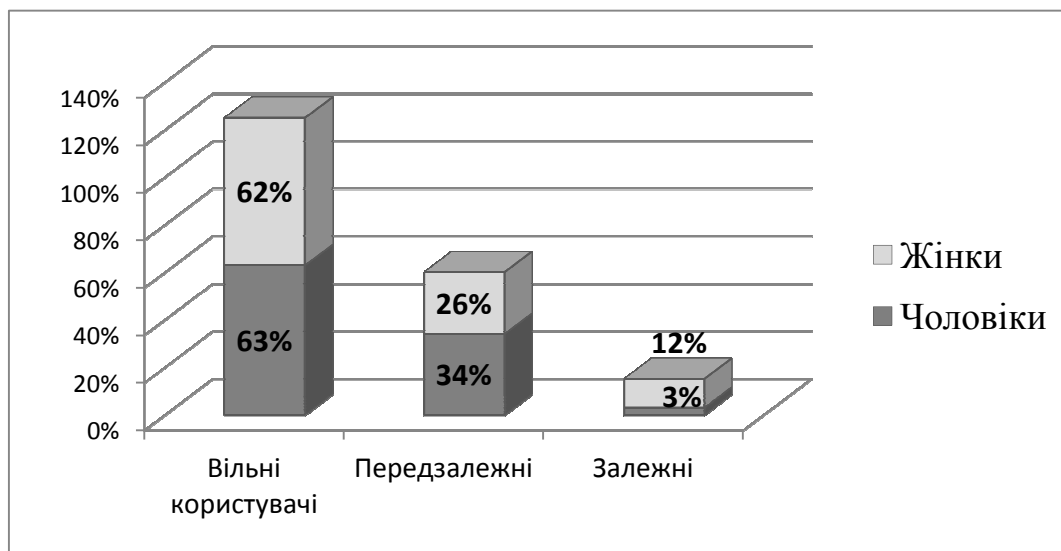


Рис. 2.7. Статеві відмінності між групами користувачів із різним рівнем захопленості молоді соціальними мережами

Серед жінок, що віднесені нами до групи *вільних користувачів* знаходиться 62%, серед чоловіків – 63%. Це говорить про те, що представники обох статей в однаковій мірі раціонально використовують свій час в мережі та сприймають соціальні мережі як додатковий ресурс для повсякденної комунікації.

Відповідно до інтенсивності користування соціальними мережами кількість *передзалежних* жінок складає 26%, передзалежних чоловіків – 34%. Ця категорія користувачів найбільше потребує уваги дослідників, оскільки вони вже виявляють певні ознаки, характерні для адиктів, але ще не вважаються залежними.

Згідно з отриманими даними, чоловіки більше схильні втрачати контроль над часом свого перебування у соціальних мережах, завершувати онлайн-взаємодію через фізичну втому, відкладати важливі справи та зустрічі через онлайн-комунікацію та захопленість мережевими подіями.

Для передзалених жінок більше характерне приховування кількості часу, проведеного у мережі з метою уникнення конфліктних ситуацій з

близькими та родичами, які виражають своє невдоволення щодо їх надмірної захопленості віртуальним простором. Крім того, жінки відмічають, що їм стало значно цікавіше спілкуватися з онлайн-друзями, ніж зі знайомими в реальному житті. В той же час це зручно, економить час та сили, що спрямовуються на виконання щоденних справ.

Кількість *залежних* від соціальних мереж жінок (12%) в 4 рази більше порівняно з чоловіками (3%), що вказує на схильність жінок більше піддаватися мережевій адикції. Події мережевого життя, сприятливі умови для встановлення нових та цікавих контактів, повсякденне інтенсивне спілкування повністю захоплює увагу молодих жінок. Вони бажають втекти від проблем реального життя до онлайн-простору, в якому перебувають у центрі уваги та можуть самі створювати максимально комфортні умови. В процесі розгортання комунікативних інтернет-практик, отримуючи підтримку та схвалення мережевої спільноти, у них є змога відчувати, що їх цінують, що вони є важливими та потрібними, гарними та цікавими особистостями, чого їм бракує у реальному житті.

Проаналізувавши відповіді адиктивних жінок на запитання, відмітимо, що вони є суперечливими. З одного боку, залежні жінки більше за чоловіків намагаються уникати конфліктів з близькими та приховують від них кількість часу, проведеного за комунікативною онлайн-взаємодією. Крім того, за допомогою статистичного критерію  $\chi^2$  Пірсона, в жіночій групі встановлено наявність статистичного зв'язку за показником виникнення відчуття роздратованості у випадку обставин, що заважають виходу в мережу ( $\chi^2=12,0$ ;  $p\leq 0,01$ ).

За відсутності вільного доступу до об'єкту залежності рівень агресії, напруження, невдоволення та роздратування лише зростає. У подальшому, внаслідок уникання адиктами конфліктних ситуацій у своїй родині, з близькими та друзями, пригнічені негативні емоції можуть знаходити вихід в інших ситуаціях, у тому числі в мережевому середовищі. Соціальні мережі надають широкі можливості для соціально-політичних, культурних,

інтелектуальних дискусій, коментування різнома-нітних записів або генерування своїх власних тощо. Однак в умовах відсутності візуального контакту між учасниками комунікації, у користувачів знижується рівень емпатії, здатність відчувати та приймати чужі емоції. Сприймаючи лише суть написаного тексту, особливо не знайомих між собою людей, можуть виникати різноманітні конфліктні ситуації, що спричиняють появу негативних емоцій та вираження агресії.

Необхідно зазначити, що соціальні мережі є досить небезпечним середовищем для цього, оскільки агресія в умовах підвищеного рівня напруги у навколишньому середовищі, суспільстві, сім'ї можуть провокувати агресивну взаємодію, конфліктні ситуації також у реальному житті. Крім того, надмірне захоплення жінок мережевим простором та труднощі з контролем свого часу унеможливають припинення спілкування навіть у разі бажання це зробити та часом необхідності в цьому, ігнорування важливих повсякденних справ та обов'язків. Як наслідок, виникає психологічна та фізична перевтома, що лише сприяє підвищенню рівня дратівливості та агресії.

Виявлена тенденція є серйозним сигналом, що має привернути увагу спеціалістів, тому що кількість користувачів соціальних мереж серед молоді продовжує збільшуватися, а отже, існує ризик збільшення залежних від соціальних мереж користувачок, що за першої нагоди виходять в мережу та не можуть з неї вчасно вийти. Для молодих жінок це може бути перешкодою на шляху до створення власної родини, оскільки комунікація та пошуки партнерів для стосунків часто обмежуються простором соціальних мереж. Крім того, внаслідок проведення всього вільного часу онлайн, у подружньому житті можуть виникати певні проблеми, конфлікти та непорозуміння через відсутність достатньої кількості піклування та уваги до чоловіка та дітей.

Що стосується адиктивних чоловіків, то для них також характерним є небажання обмежувати час перебування у соціальних мережах. Незважаючи



на негативний вплив даної захопленості на власну діяльність, зокрема, зниження рівня уваги та ефективності роботи, працездатності, відчуття фізичної втоми, вони знаходяться в постійному очікуванні наступного виходу в мережу. Займаючись справами, вони часто відчують певні негативні емоції, роздратування у разі неможливості вийти он-лайн, оскільки мережева комунікація для них є більш захопливою та цікавою, ніж спілкування у реальному житті.

Наступним кроком нашого дослідження було використання *опитувальника на кіберкомунікативну залежність А. В. Тончевої* з метою більш детального вивчення такого різновиду Інтернет-залежності, як кіберкомунікативна залежність. Суть даного виду адикції полягає у залежності особистості від спілкування в соціальних мережах як найбільш популярному, зручному та доступному комунікативному середовищі Інтернету.

Слід зазначити, що не всі молоді люди інтенсивно користуються основною функцією соціальних мереж – обміном повідомленнями. Вони можуть занурюватися у віртуальний світ з метою моніторингу новин, пошуку інформації, перегляду чужих фото або віртуальних сторінок, онлайн-ігор тощо. Деякі з них може мати декілька акаунтів, щоб постійно грати через них в ігри або слідкувати за новинами, життям інших користувачів тощо.

На нашу думку, проблема надмірного перебування у соціальних мережах полягає не лише у кількості, але і у якості часу, проведеного в мережі. Соціальні мережі є не лише універсальним засобом взаємодії молоді, зручним середовищем для самореалізації, побудови або розвитку бізнесу, джерелом великого об'єму різноманітної інформації, що значно спрощує життя сучасної молодої людини. Вони також є одним з найпопулярніших засобів спілкування. Користувачі все більше надають перевагу спілкуванню он-лайн, зручній мережевій переписці з онлайн-друзями та постійно відволікаються від своїх справ на перевірку віртуальної сторінки та нових повідомлень, що лише сприяє розвитку кіберкомунікативної залежності.

З розвитком адикції кількість спілкування у повсякденному реальному житті суттєво зменшується, натомість адиктивна особистість замінює його віртуальним, ігнорує проведення часу з родичами, зустрічі з друзями та знайомими. Адикти зазвичай не можуть надовго відірватися від свого гаджету й приділити повноцінну увагу спілкуванню з близькими людьми. Очевидно, що така поведінка негативно впливає на міжособистісні стосунки, викликає напругу та роздратованість, зокрема, сварки та конфлікти з найближчим оточенням. Як наслідок, адикти лише більше занурюються у мережевий світ.

Необхідно зазначити, що внаслідок стрімкого зростання популярності соціальних мереж як основного засобу комунікації, кіберкомунікативна залежність може стати найбільш розповсюдженим видом Інтернет-залежності у майбутньому. Тому з метою більш детального вивчення даного виду адикції нами було використано опитувальник на кіберкомунікативну залежність А. В. Тончевої.

Отже, за показниками рівня інтенсивності спілкування молодими людьми в соціальних інтернет-мережах було виявлено наступні групи (рис. 2.8.):

- молоді люди, вільні від кіберкомунікативної залежності – 182 особи, що складає 67% користувачів;
- користувачі, що мають певні проблеми, пов'язані з надмірним захопленням спілкуванням у соціальних мережах та знаходяться на середньому рівні розвитку адикції, передзалежні – 84 особи, а саме 31% респондентів;
- Залежні користувачі – 6 осіб, що становить 2% користувачів.

Таким чином, ми можемо констатувати, що більшість від загальної кількості респондентів, а саме 67% користувачів демонструють низький рівень кіберкомунікативної залежності. Вони тримають під контролем час свого перебування у мережі та тривалість віртуальної комунікації, не відчують потреби постійно додавати нові фотографії, змінювати статуси

або перевіряти свою сторінку та слідкувати за мережевими подіями новинами, обговорювати їх, коментувати або розповсюджувати. Крім того, у них не виникає відчуття психологічного дискомфорту, роздратування або спалахів гніву у разі відсутності доступу до соціальних мереж.

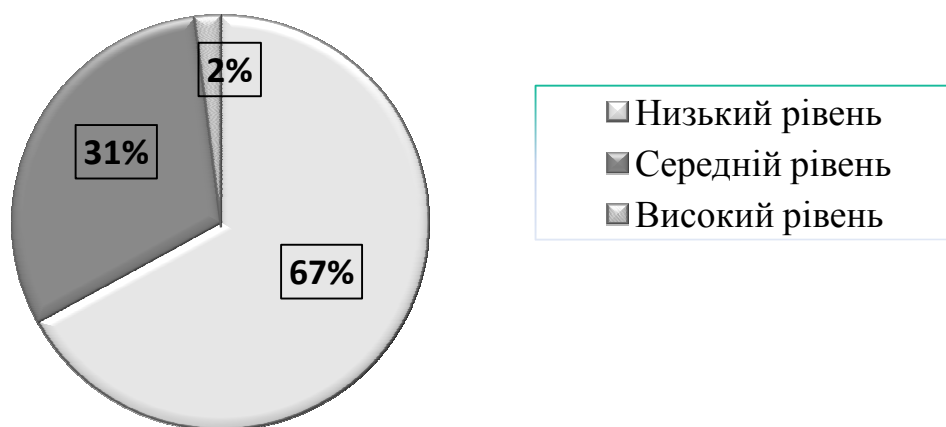


Рис. 2.8. Відсотковий розподіл молоді за показниками рівня кіберкомунікативної залежності

Групу користувачів, що мають середній рівень розвитку кіберкомунікативної залежності та для яких спілкування в соціальних мережах є причиною певних труднощів та проблем у реальному житті, складає 31% від загальної кількості респондентів, що майже в два з половиною рази менше від попередньої групи вільних від залежності користувачів. Спілкування та регулярний обмін інформацією для даної групи респондентів є більш цікавими та важливими, ніж спілкування в реальності. Час від часу предзалежні користувачі продумують та складають план дій у соціальній мережі, не зважаючи на місце перебування відчувають необхідність перевіряти свої он-лайн сторінки на наявність нових повідомлень. Вони активно слідкують не лише за новинами у світі, але й за подіями з життя своїх мережеских друзів, постійно обговорюють їх, коментують та розповсюджують.

Користувачі даної групи є відкритими до спілкування та часто знайомляться з новими людьми в мережі, додають їх до списку своїх

контактів. Однак в разі відсутності доступу до віртуальної сторінки відчують стурбованість та роздратованість, оскільки час від часу використовують мережу, щоб уникнути особистих проблем у реальному житті, відкласти їх вирішення, отримати підтримку та поради від онлайн-друзів тощо.

*Ознаки залежності від спілкування у соціальних мережах*, які створюють значні життєві негаразди, виявляє 2% користувачів соціальних мереж. Вони постійно відчують сильне бажання вийти в мережу, нехтують виконанням важливих справ внаслідок надмірно проведеного часу за мережовим спілкуванням, однак при цьому не намагаються скоротити свій час перебування у віртуальному середовищі.

Залежні користувачі постійно додають фотографії та нових онлайн-друзів, часто не знайомих в реальному житті, змінюють статуси тощо. Крім того, вони активно слідкують за новинами, часто оновлюють свою сторінку та відчують значне покращення настрою після її відвідання. В той же час, вони схильні виявляти ознаки агресії на рахунок осіб, які намагаються відволікти їх від мережового спілкування, а в разі відсутності доступу до мережі часто відчують стурбованість та роздратованість.

З метою отримання більш повного уявлення про особливості поширення кіберкомунікативної залежності розглянемо отримані нами дані за показниками *статевих відмінностей* (рис. 2.9.).

Аналізуючи відсоткове співвідношення розвитку адикції від онлайн-комунікації між чоловіками та жінками, спостерігається наступна тенденція. Більшість опитаних респондентів не демонструють ознак адикції: відсоток жінок, які не виявляють ознак кіберкомунікативної залежності становить 62%, кількість чоловіків даної групи складає 73%.

Середній рівень залежності від онлайн-спілкування демонструють 35% користувачок, кількість чоловіків становить 27%. Загальновідомо, що жінки, на відміну від чоловіків, більше потребують спілкування та комунікативної взаємодії. Окрім повсякденного спілкування, зокрема, у випадку особистих,

професійних проблем або інших життєвих негараздів вони також готові шукати розраду у кіберпросторі.

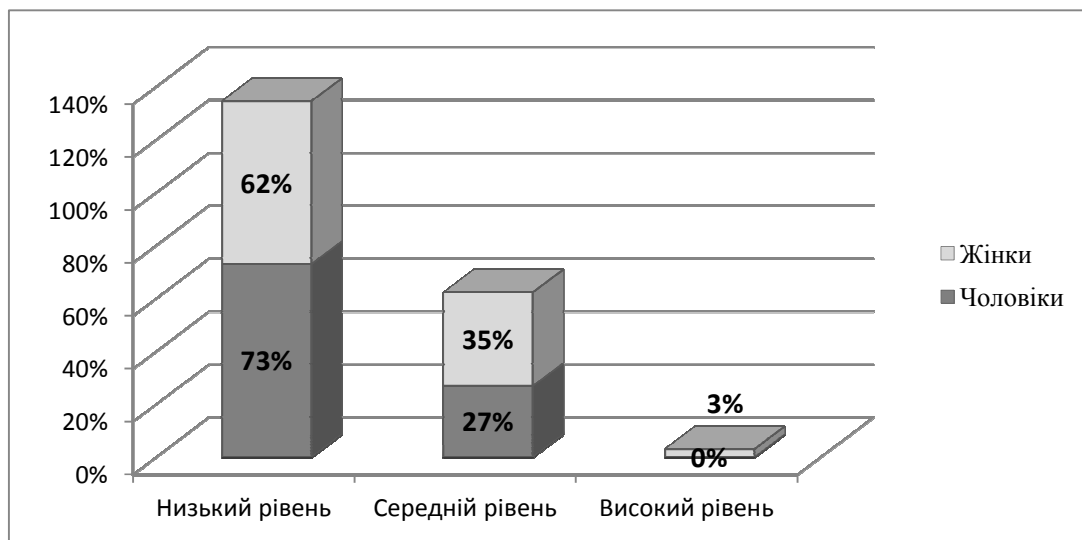


Рис. 2.9. Статеві відмінності між групами користувачів із різним рівнем кіберкомунікативної залежності

За допомогою статистичного критерію  $\chi^2$  Пірсона, в жіночій групі встановлено наявність статистичного зв'язку за показником використання соціальної мережі з метою втечі від реальних проблем ( $\chi^2=12,7$ ;  $p \leq 0,01$ ). Отже, мережева комунікація допомагає їм відволіктися від переживань, розслабитися, відчути себе не такими самотніми, підняти настрій та на певний час забути про життєві труднощі.

Кількість жінок з високим рівнем кіберкомунікативної залежності становить 3%, в той час, як серед чоловіків не виявлено жодного адикта. Зазначимо, що отримані результати підтверджують дані, отримані від проведення попередньої методики про те, що жінки більше, ніж чоловіки схильні до розвитку залежності від соціальних мереж.

Необхідно відмітити їх прагнення демонструвати своє життя іншим та бажання привернути тим самим до себе увагу мережевої спільноти, що виражається у потребі часто додавати нові особисті фотографії ( $\chi^2=15,3$ ;  $p \leq 0,01$ ) та змінювати свій мережевий статус ( $\chi^2=10,3$ ;  $p \leq 0,01$ ). Ці зміни відображаються у стрічці новин онлайн-друзів, відповідно, чим частіше вони

додають нові статуси та фотографії, тим частіше на них звертають увагу мережеві друзі. Таким чином, молоді користувачки прагнуть певного самоствердження, що надає їм мережна взаємодія, обмінюючись «лайками» та коментарями, в яких онлайн-друзі висловлюють свою оцінку та ставлення до нових постів, зокрема, захоплення, схвалення, здивування, підтримку, певні побажання автору тощо.

Очевидно, жінки таким чином створюють для себе в мережі середовище довіри та прийняття, до якого вони можуть звернутися в будь-який момент та відчутти розуміння. Однак внаслідок кіберкомунікативної залежності у них, зрештою, знижується інтерес до реального спілкування.

Необхідно зазначити, що на процес узалежнення від соціальних інтернет-мереж та онлайн-спілкування впливають такі особистісні риси, як екстравертованість та інтровертованість, рівень комунікативності та прагнення встановлювати нові контакти, спілкуватися з іншими людьми, або навпаки, уникати контактів.

Тому наступним кроком нашого дослідження було визначення рівня комунікативності користувачів у реальному житті та аналіз його впливу на появу та розвиток мережевої залежності. Для цього нами була використана методика В. Ф. Ряховського «Оцінка рівня комунікативності».

На нашу думку, рівень комунікативності молоді у повсякденному житті певним чином позначається на розвитку кіберкомунікативної залежності. Зокрема, молоді люди, що з різних причин мають проблеми у спілкуванні в реальному житті можуть інтенсивніше спілкуватися у віртуальному просторі, реалізуючи цю потребу за допомогою зручних та доступних соціальних мереж. З іншого боку, молоді люди з високим рівнем комунікативності, які мають велику кількість друзів та знайомих у реальному житті, з якими постійно спілкуються, прагнуть так само активно взаємодіяти у віртуальному просторі. Потреба у спілкуванні спонукає їх постійно знаходитись на зв'язку, перевіряти новини та інформацію, часто не лише на своїй сторінці, а цікавитись та слідкувати за подіями та оновленнями статусів онлайн-друзів,

шукати нових знайомих в мережі. Це може пояснюватись як високим рівнем комунікативності користувачів, так і зручністю та комфортністю умов мережевого простору.

Доступність, простота та легкість використання мережі є привабливою для сучасної молоді, якій часто у повсякденному житті не вистачає спілкування, яка намагається бути в центрі уваги прагне розширити коло друзів, але в реальності може бути позбавленою такої можливості через різні обставини. Крім того, активним та надмірно зайнятим молодим людям легше та простіше знайомитися з новими людьми в альтернативному комунікативному просторі, знаходити підтримку та розуміння. В мережі завжди можна знайти співрозмовників, однодумців відкритих до спілкування, що сприяє вибору на користь саме мережевого спілкування.

Аналіз отриманих результатів (табл. 2.3.), проведений нами за допомогою коефіцієнту кореляції Спірмена. В процесі інтерпретації даних ми спиралися на класифікацію кореляційних зв'язків за силою (за О. В. Сидоренко), згідно з якою сила зв'язку, відповідна коефіцієнту кореляції у межах  $r < 0,19$  вважається дуже слабкою;  $0,20 < r < 0,29$  – слабкою;  $0,30 < r < 0,49$  – помірною;  $0,50 < r < 0,69$  – середньою;  $r > 0,70$  – сильною [124; 95; 96].

Таблиця 2.3.

Показники зв'язку рівня комунікативності та рівнів мережевої та кіберкомунікативної залежності користувачів

	Рівень комунікативності	Залежність від соціальних мереж	Кіберкомунікативна залежність
Рівень комунікативності	1	0,346 (**)	0,259 (**)
Залежність від соціальних мереж	0,346 (**)	1	0,656 (**)
Кіберкомунікативна залежність	0,259 (**)	0,656 (**)	1

\*\* Кореляція значуща на рівні 0,01

Отже, отримані дані свідчать про наявність слабо вираженого статистично значущого взаємозв'язку рівня комунікативності користувачів та

рівня залежності від соціальних мереж ( $r=0,346$ ;  $p\leq 0,01$ ); рівня комунікативності та рівня кіберкомунікативної залежності ( $r=0,259$ ;  $p\leq 0,01$ ).

Результати статистичного аналізу дозволяють говорити про те, що рівень комунікативності молоді в реальному житті має слабкий вплив на розвиток мережевої залежності. Як ми зазначали вище, в основі залежності від соціальних мереж може бути не лише комунікація. Поширеними у віртуальному просторі є також різноманітні мережеві практики, що розгортаються без міжособистісного комунікативного обміну. Вони характеризуються пасивним споживанням контенту з боку користувачів, зокрема, переглядом новин, пошуком інформації, моніторингом інших віртуальних сторінок, прослуховуванням музики, переглядом відеозаписів, іграми тощо.

В той же час, було виявлено наявність статистично значущого зв'язку рівня залежності від соціальних мереж та кіберкомунікативної залежності ( $r=0,656$ ;  $p\leq 0,001$ ). Для того, щоб перевірити, чи існує зв'язок між залежністю від соціальних мереж та рівнем комунікативності молоді у реальному житті, нами був використаний статистичний аналіз часткової кореляції. Було встановлено, що при виключенні контрольної змінної, а саме рівня комунікативності у реальності, між мережевою адикцією та кіберкомунікативною залежністю спостерігається середньовиражений статистично значущий взаємозв'язок ( $r_{12.3}=0,584$ ;  $p\leq 0,01$ ). Отже, ми можемо зробити висновок, що мережева залежність, а, відповідно, і кіберкомунікативна адикція не залежать від рівня комунікативності у реальному житті.

Таким чином, мережний простір викликає зацікавленість молодих людей з різним рівнем комунікативності у реальному житті. Відповідно, їх основною метою перебування он-лайн є спілкування як основна функція соціальних мереж. Віртуальна комунікація приваблює користувачів цілодобовим доступом, спрощеними умовами та легкістю встановлення контактів, що у подальшому може сприяти їх узалежненню від мережевого спілкування. В результаті розгортання комунікативних інтернет-практик



реалізуються потреби у розширенні кола друзів та знайомих, підтримці однодумців та близьких по духу людей. З часом спілкування з віртуальними друзями настільки їх захоплює, що весь свій вільний час вони проводять у мережі.

Внаслідок інтенсивної онлайн-комунікації у молоді розвивається залежність від мережевого простору. В процесі перебування онлайн, користувачам буває не просто контролювати час, проведений у мережі, зокрема, через поєднання різних комунікативних практик в процесі онлайн-спілкування, що поглинає їх увагу та сприяє зануренню у віртуальний простір. Наприклад, до практик обміну різноманітною інформацією та повідомленнями, перегляду новин додається практика коментування. Ігрові або розважальні комунікативні практики, в свою чергу, часто розгортаються у поєднанні з коментуванням та обміном повідомленнями тощо. Зайшовши в мережу на декілька хвилин, щоб перевірити новини або нові повідомлення та відреагувати на них надавши відповідь, користувачі надовго затримуються в мережі та не можуть вчасно вийти оф-лайн. Вони починають продивлятися стрічку новин, де відображаються пости друзів, цікавих сторінок або інших мережевих спільнот, переглядати нові події та фотографії онлайн-друзів, обмінюватися коментарями тощо. Таким чином, плануючи провести в мережі декілька хвилин, молоді люди не помічають як спливає час, проведений в онлайн-просторі.

Спочатку час знаходження у мережі проходить непомітно, потім комунікація з віртуальними онлайн-друзями стає цікавішою, ніж з реальними знайомими та близькими людьми, а згодом взагалі зникає інтерес до подій та людей, що існують поза кіберпростором. Однак соціальні мережі відволікають користувачів від реальних проблем лише на час їх перебування в мережному просторі. При цьому ті життєві завдання, що потребують безпосередньої участі особистості задля їх вирішення та вимагають від неї задля цього певних зусиль та часу, так і лишаються не вирішеними в реальному житті або постійно відкладаються на невизначений термін.

Постійно обмінюючись повідомленнями, спостерігаючи за сторінками інших людей, поширюючи та коментуючи певні події та новини, передивляючись різноманітні відеозаписи тощо, користувачі не живуть своїм життям, а поринають в ілюзії про більш успішне та цікаве життя інших. Як наслідок, через це можуть виникати певні негативні емоції, зміни настрою, незадоволеність, депресивні думки, зниження самооцінки та знецінення своїх досягнень тощо.

Встановлено, що третина користувачів соціальних мереж мають певні проблеми, пов'язані з надмірним захопленням від мережевого простору, а кожен дванадцятий виявляє риси адикції. Серед передзалежних осіб більшу кількість складають чоловіки віком від 18 до 30 років, а серед залежних – жінки віком від 21 до 30 років, що говорить про ризик збільшення адиктивних жінок у майбутньому.

Більшість респондентів з групи передзалежних робить вибір на користь комунікативних інтернет-практик, не бажаючи при цьому скорочувати час перебування он-лайн та незважаючи на наслідки, які виникають у реальному житті, зокрема, спілкуванні, здоров'ї, професійній діяльності тощо.

Що стосується адиктів, то комунікативні інтернет-практики займають важливе та значиме місце у їх повсякденній життєдіяльності. Вони стають більш цікавими та важливими, ніж спілкування у реальному житті, з часом перетворюючись на основну мету перебування у віртуальному просторі та сприяючи відгородженню особистості від реальності.

Разом з тим, надмірне перебування користувачів у соціальних мережах стає передумовою для підвищеної дратівливості, погіршення настрою, спалахів гніву в разі відсутності можливості вийти у мережу, що позначається як на якості комунікації у реальності, так і на ефективності комунікації у віртуальному просторі.

## **Висновки до розділу 2**

Теоретичний аналіз специфіки комунікації користувачів соціальних мереж дозволив виокремити різновиди комунікативних інтернет-практик користувачів соціальних мережах: інформаційна, пошукова, коментувальна, ділова, ігрова. Захопленість соціальними мережами та зануреність у події віртуального простору позначаються на виборі користувачем комунікативних практик, завдяки яким він реалізує віртуальну взаємодію, підтримує вже існуючі стосунки або здійснює пошук нових. Під впливом кіберпростору перетворень зазнають його цілі, потреби та бажання, що реалізуються в соціальних мережах. Як наслідок, змінюється контентуальне наповнення, формується сприйняття та ставлення до себе та до інших користувачів як до частини віртуального світу.

Визначено, що період молодості, а особливо юнацький вік, є сприятливими щодо формування різних адикцій, мережевої, зокрема. З'ясовано, що залежність від соціальних мереж позначається на виборі та процесі розгортання повсякденних комунікативних практик молоді особи в процесі та ефективності віртуальної комунікації.

На основі результатів теоретичного аналізу побудовано емпіричну модель, в якій визначено чинники формування залежності особистості від соціальних мереж: соціальні, соціально-психологічні та психологічні; показники залежності особистості від соціальних, які виступають діагностичними критеріями дослідження комунікативних інтернет-практик молоді в соціальних мережах: рівень залежності від соціальних мереж; тривалість та частота користування мережами; систематичність вибору певних онлайн-сервісів та послуг; провідна мотивація користування соціальними мережами; комунікативні практики користувачів соціальних мереж, специфіка яких буде визначатися рівнем залежності молоді від соціальних мереж та визначати особливості комунікативних практик в мережах.

Представлено опис етапів дослідження, методичного інструментарію та вибірки для визначення специфіки комунікативних практик залежної від

соціальних мереж молоді. Емпіричне дослідження проводилося в соціальних інтернет-мережах з наданням методик відповідно до емпіричної моделі дослідження. Обробка та інтерпретація результатів здійснювалася за допомогою кількісного, якісного та статистичного аналізу отриманих даних.

За показниками рівня захопленості молодими людьми соціальними мережами визначено групи вільних, передзалежних та залежних користувачів. Встановлено, що кожен третій респондент має певні проблеми, пов'язані з надмірним захопленням онлайн-простором, а кожен дванадцятий демонструє риси залежності. Комунікативні інтернет-практики займають важливе місце у їх житті, незважаючи на певні негативні наслідки на їх повсякденні справи, відносини з іншими людьми та спілкування.

### **РОЗДІЛ 3**

## **ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНИХ ІНТЕРНЕТ-ПРАКТИК ЗАЛЕЖНОЇ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ МОЛОДІ**

У розділі висвітлено результати дослідження мотивації користування соціальними мережами, інтересів та напрямів діяльності молоді з різним рівнем мережної захопленості, визначено та описано характерні особливості комунікативних практик молоді, що розгортаються в мережевому просторі в процесі міжособистісної взаємодії. Розкрито специфіку комунікативних інтернет-практик залежної від інтернет-комунікації молоді, проаналізовано зв'язок між особливостями комунікативних інтернет-практик молоді та Інтернет-залежністю.

### **3.1. Аналіз провідних мотивів, інтересів користування молоддю соціальними мережами та основних напрямів їх діяльності в кіберпросторі**

У параграфі детально проаналізовано мотивацію, якою керуються молоді люди в процесі користування соціальними мережами, їх основні інтереси та напрямки діяльності у віртуальному просторі. На нашу думку, від мотивації користувачів соціальних мереж залежить вибір, зміст та сутність комунікативних практик, що будуть розгортатися в процесі мережної взаємодії. Саме тому їх детальний аналіз дозволить отримати більш цілісне уявлення стосовно специфіки розгортання комунікативних інтернет-практик користувачів з різним рівнем захопленості мережним простором. Отже, визначити провідні мотиви користування соціальними мережами, основні інтереси та напрями діяльності молодих людей у соціальних мережах нам дозволило використання анкети «Мотивація користувача глобальної мережі Інтернет» В. М. Фатурової.

Відповіді визначають у відсотках частку респондентів, що відмічають наявність перерахованих мотивів власної діяльності в кіберпросторі. Таким

чином, досліджувані могли обирати декілька відповідей одночасно, тому їх загальна сума перевищує 100%. Нижче подано результати розподілу мотивів перебування молоді у соціальних інтернет-мережах.

Таблиця 3.1.

Мотиви перебування молоді у кіберпросторі залежно від інтенсивності користування соціальними мережами (%)

Мотиви користування соціальними мережами	Рівні інтенсивності користування соціальними мережами			Всього осіб, що керуються даними мотивами
	незалежні	передзалежні	залежні	
<b>діловий</b>	<b>46,4%</b>	<b>28,7%</b>	<b>13,6%</b>	38,6%
<b>пізнавальні:</b>	<b>34,1%</b>	7,5%	9,1%	24,3%
- освітній				
- науковий	<b>27,6%</b>	2,5%	0%	18,4%
- підвищення розвивального інтелекту, соціальної ерудиції	<b>27,0%</b>	10%	9,1%	20,5%
- пошук «негативної» інформації (порно, насильство, тероризм тощо)	5,2%	<b>10%</b>	9,1%	6,6%
- пошук цікавої або розважальної інформації	<b>60%</b>	<b>52,5%</b>	22,7%	54%
<b>комунікативний:</b>	<b>74,7%</b>	<b>71,2%</b>	<b>41%</b>	70,6%)
- обмін повідомленнями з онлайн-друзями				
- обмін відео, аудіо	41,1%	41,2%	<b>32%</b>	39,7%
- комунікація під час онлайн-гри	5,2%	20%	<b>13,6%</b>	9,9%
- коментувати записи онлайн-друзів	10%	<b>28,7%</b>	<b>18,2%</b>	15,4%
<b>самоутвердження:</b>				
- самоактуалізація	6,4%	8,8%	<b>13,6%</b>	7,7%
- «досягнення»	4,1%	<b>16,3%</b>	<b>13,6%</b>	8,1%
- підвищення самооцінки	4,1%	12,5%	<b>13,6%</b>	7,4%
<b>ігровий та рекреаційний:</b>				
- ігри	15,8%	<b>21,3%</b>	0%	16,9%
- музика	<b>28,8%</b>	<b>23,4%</b>	0%	25,7%
- відеокліпи, фільми	17%	11,3%	0%	14,7%
<b>афіліативний:</b>				
- заводити нових друзів	8,2%	<b>20%</b>	0%	11,4%
- приєднуватися до нових віртуальних референтних груп за інтересами	4,1%	<b>11,3%</b>	0%	5,9%
- зустріти своє кохання або партнера для близьких відносин	2,9%	6,3%	<b>4,5%</b>	4%
<b>самореалізація</b>	5,2%	0%	<b>9,1%</b>	11 4%
Всього користувачів:	100%	100%	100%	100%

Аналізуючи мотиви, що спонукають користувачів до перебування у соціальних мережах в залежності від рівня адикції, отримані результати

демонструють, що *в групі вільних користувачів* домінують мотиви: обмін повідомленнями з онлайн-друзями – 74,7%; пошук цікавої або розважальної інформації – 60%; діловий мотив – 46,4%; обмін відео та аудіо контентом – 41,1%, музика – 28,8%.

За допомогою обміну повідомленнями вільні користувачі реалізують потребу у спілкуванні, прив'язаності та підтримці. Тому в соціальних мережах для них важливу роль відіграють зручні та спрощені умови для нових знайомств та можливість спілкуватися в великою кількістю друзів одночасно. Це говорить про їх відкритість до спілкування, бажання розширювати власний комунікативний простір, встановлювати дружні стосунки. Для них також важливе значення мають міжособистісні стосунки зі своїми друзями та знайомими. Вони охоче створюють колективні діалоги, слідкують за новинами та діляться фотографіями, відео- та аудіо контентом, хочуть бути в курсі їх повсякденного життя, новин та пліток тощо.

Доволі високий відсоток користувачів, що демонструють наявність ділового мотиву молодими людьми говорить про те, що вони практикують в соціальних мережах свою діяльність. Основною метою цих користувачів є професійна самореалізація, навчання, просування та реклама своєї діяльності, формальна комунікація з колегами тощо. В той же час, окрім ділових справ, вільні користувачі використовують соціальні мережі з метою відпочинку, переглядаючи та обмінюючись з онлайн-друзями цікавою та розважальною інформацією.

Розважальний контент допомагає їм розслабитись, переключитись та відволіктись, зробивши перерву у роботі або навчанні, знизити рівень напруги, що виникає протягом насиченого дня. Крім того, підвищення настрою та позитивні емоції сприяють підвищенню стресостійкості, гармонізації емоційної сфери.

В *групі передзалежних користувачів* виражений мотив обміну повідомленнями з онлайн-друзями – 71,2%; пошуку цікавої або розважальної інформації – 52,5%; обміну відео- та аудіо контентом – 41,2%. Порівняно з

вибіркою користувачів, вільних від залежності діловий мотив (28,7%) та музичний (23,4%) виражені менше. Майже вдвічі вищим є показник вираженості мотиву пошуку «негативної» інформації (порно, насильство, тероризм), а саме 10%, порівняно з 5,2% для попередньої вибірки та афіліативного мотиву (заводити нових друзів) – 20%, порівняно з 8,2% у вільних від мережевої залежності молодих людей.

Отримані дані демонструють прагнення передзалежних користувачів більше відпочивати у соціальних мережах від своєї повсякденної діяльності та більше розважатися, спілкуватися. Соціальні мережі приваблюють їх можливістю легких та ні до чого не зобов'язуючих знайомств, що пояснює їх вибір мотиву обміну повідомленнями, афіліативного мотиву. За необхідності онлайн-комунікацію можна в будь-який момент припинити, що певним чином знецінює важливість комунікації як такої. Тож, за бажанням, лише натиснувши декілька клавіш вони мають можливість бути в центрі уваги, отримувати задоволення, нові враження та яскраві емоції, яких їм не вистачає у реальному житті та спілкуванні.

Крім того, у соціальних мережах вони приділяють багато уваги пошуку різноманітної інформації, як цікавої та розважальної, так і «негативної» (порно, насильство, тероризм). Це говорить про збільшення рівня агресії, роздратованості, певної асоціальності, що підкріплюють коментувальні практики, що є для них характерними. Втім, саме через захопленість сервісами розваг, ігор та знайомств молоді люди часто втрачають контроль над часом перебування в мережі та не завжди можуть вчасно припинити спілкування навіть в разі необхідності.

Основними мотивами перебування у соціальних мережах *залежних користувачів* є мотив обміну повідомленнями з онлайн-друзями – 41%. Він значно знижується порівняно з передзалежною (71,2%) та вільною від залежності (74,7%) групами, однак всередині групи є найбільш вираженим. Обмін відео- та аудіо контентом обирає 32% респондентів; пошук цікавої або розважальної інформації – 22,7% адиктів. У порівнянні з попередніми двома



групами респондентів у представників залежної відмічається зниження ділового мотиву – 13,6% (у вільних користувачів 46,4%, у передзалежних – 28,7%), однак виражений мотив самоактуалізації – 13,6% (порівняно з 6,4% у вільних та 8,8% передзалежних покристувачів). Серед афіліативних мотивів виражений лише мотив зустрічі свого кохання або партнера для близьких відносин.

Вибір мотиву обміну повідомленнями з онлайн-друзями та невираженість мотиву афіліативного мотиву свідчить про те, що адиктів не цікавить можливість встановлення нових контактів у соціальних мережах, пошук мережевих друзів, комунікація у референтних групах за інтересами. Вони прагнуть оточувати себе добре знайомими, надійними та перевіреними контактами. Таким чином вони задовольняють свою потребу у контролі, стабільності та передбачуваності свого перебування у мережевому просторі та онлайн-комунікації.

Вибір мотиву самоактуалізації говорить про те, що соціальні мережі відіграють важливу роль у повсякденному житті представників даної групи. У першому розділі ми зазначали на тому, що мережевий простір є сприятливим соціальним середовищем для самоактуалізації особистості, розвитку особистісних можливостей та прихованого потенціалу. В мережі є багато можливостей для креативного та оригінального самовираження, пошуку свого місця, самореалізації. Проте захопленість віртуальним життям та поступовий розвиток залежності стають причинами втрати інтересу до реального життя та спілкування, відсторонення від подій, що відбуваються поза межами соціальних мереж.

В процесі онлайн-комунікації користувачі відчувають себе більш вільно та розкуто, можуть відкрито виражати свої думки та погляди, що сприяє реалізації багатьох можливостей, розкриттю їх особистісного потенціалу, рис та якостей. Мережі є для них тим середовищем, де вони можуть бути такими, якими вони є, а не такими, якими їх бажає бачити їх оточення. Очевидно, що для них важливе значення має не стільки обмін

готовим контентом, скільки генерування своїх авторських постів, в яких вони можуть виражати власні погляди, ділитися враженнями та важливими думками зі своїми мережевими друзями.

Це може пояснювати розвиток адикції від соціальних мереж, оскільки з часом вони починають залежати від оцінок та ставлення мережевої спільноти. Крім того, їм потрібно постійно підтримувати свій статус, що вимагає активної діяльності та частого перебування он-лайн, моніторингу новин та пошуку різноманітної інформації. Все це стає причиною перевтоми, дратівливості, напруженості, що може відобразитися на ефективності та характері мережевої комунікації та створювати додаткові проблеми у реальному житті, спілкуванні й власне симптомами розвитку мережної залежності.

Аналізуючи отримані дані, ми можемо констатувати, що для ***вільних від мережевої залежності*** користувачів, порівняно з іншими групами, переважаючим є пізнавальний мотив (рис. 3.1.).

На відміну від них, у передзалежних та залежних молодих людей спостерігається зниження пізнавального мотиву. Користувачі все менше часу приділяють пізнанню, своєму розвитку та самовдосконаленню. З усієї групи пізнавальних мотивів вони надають перевагу пошуку цікавої або розважальної інформації, який обирає 52,5% передзалежних та 22,7% залежних респондентів. Це пояснюється тим, що соціальні мережі вони використовують переважно для емоційної розрядки, пошуку нових знайомств та вражень, розваг та відпочинку від своєї повсякденної діяльності тощо. Тому вони обирають для себе ті онлайн-сервіси, що не вимагають додаткового напруження, зусиль та концентрації уваги.

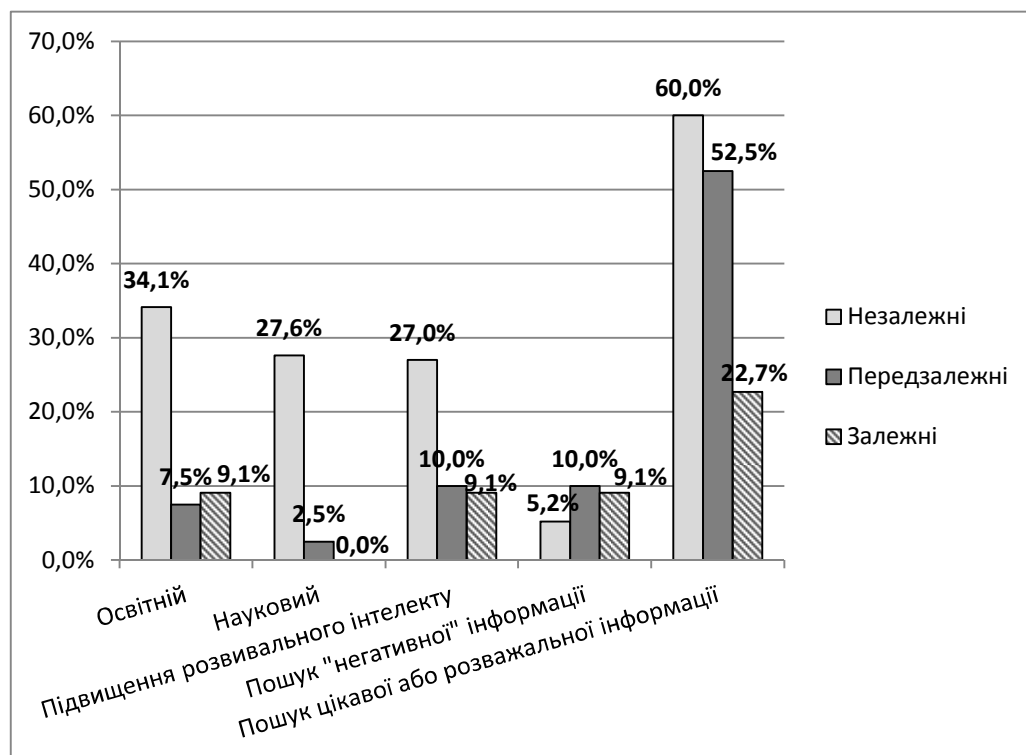


Рис. 3.1. Розподіл пізнавальних мотивів залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

Крім того, в групі *передзалежних та залежних* користувачів спостерігається значне підвищення мотиву самоутвердження (див. Рис. 3.2.). Крім самоактуалізації, про яку йшлося вище, їх цікавить у соціальних мережах підвищення самооцінки, що становить 13,6% для адиктів та 12,5% для передзалежних, у порівнянні з вільними користувачами (4,1%), а також мотив досягнення: 13,6% для залежних та 16,3 для передзалежних (4,1% для вільних від адикції).

Це говорить про те, що для них соціальні мережі є тим простором, в якому вони можуть відкритися та довіритися іншим, поділитися своїми досягненнями та успіхами, продемонструвати їх. Крім того, в процесі розгортання комунікативних практик, вони можуть бути гідно оцінені мережевою спільнотою, що є для них особливо важливим. Онлайн-друзі та знайомі регулярно висловлюють своє схвалення, підтримку та свої оцінки на віртуальній сторінці або в особистих повідомленнях, коментарях тощо. Очевидно, це позитивно впливає на розкриття їх здібностей, самооцінку та

самоутвердження, однак прагнення постійно залишатись у центрі уваги, отримувати підтримку та позитивні емоції, в свою чергу, сприяє ще більшому зануренню молодих людей у події віртуального життя.

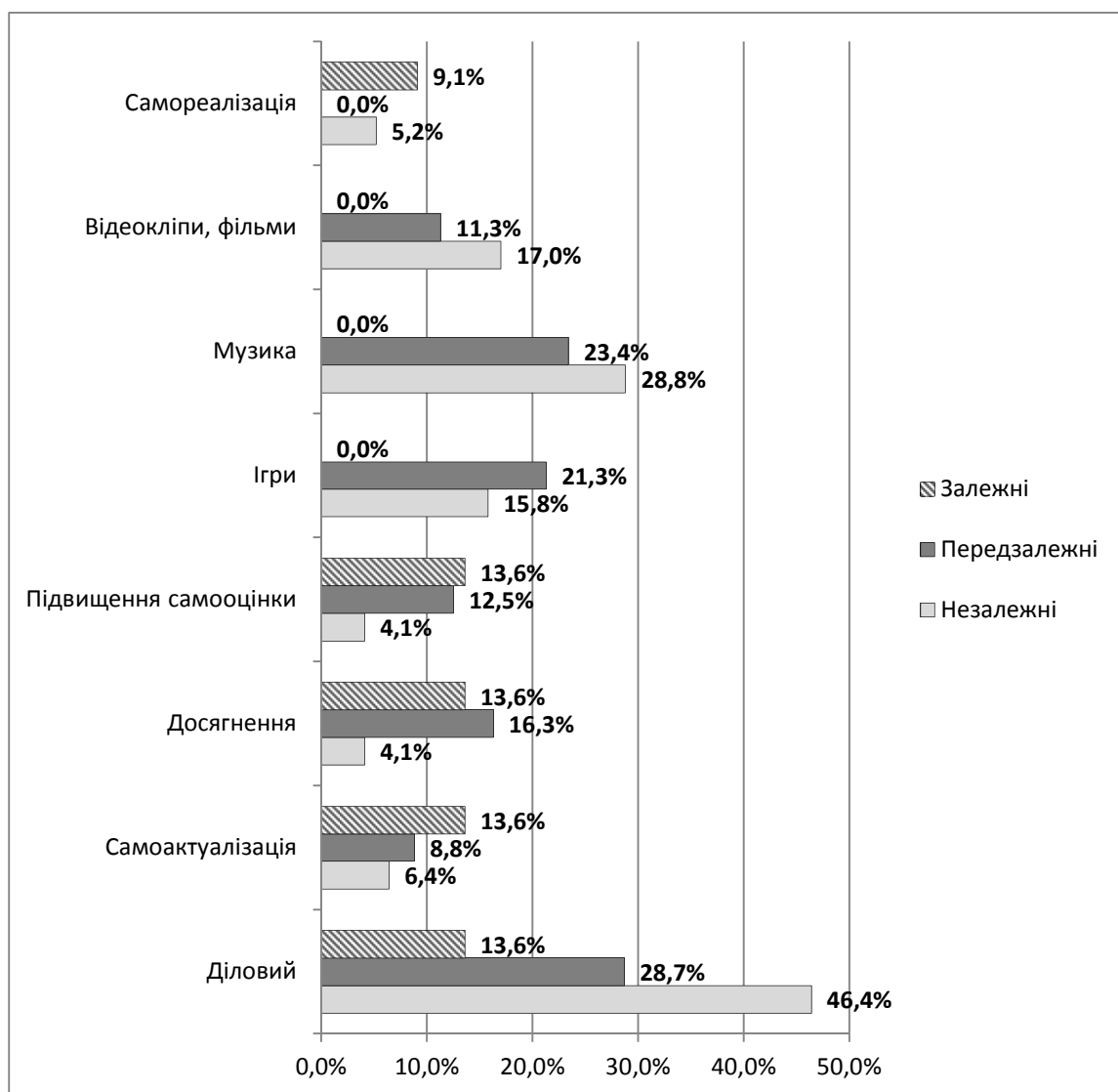


Рис. 3.2. Розподіл ділових, ігрових, мотивів, самореалізації та самоутвердження залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

Зазначимо, що в групі *залежних користувачів* не виражені ігровий та рекреаційний, афіліативний мотиви (рис. 3.3.). У адиктивних молодих людей згасає інтерес до перегляду фільмів або відео, прослуховування музики та комунікації у мережевих іграх. Це може пояснюватися тим, що до

мережевого простору вони відносяться як до середовища самореалізації, а не відпочинку та розваг.

У них загалом значно знижується мотив обміну повідомленнями з онлайн-друзями, відсутній інтерес до пошуку нових друзів, віртуальних референтних груп за інтересами. В той же час серед афіліативних мотивів відмічається певний інтерес до перспективи зустріти своє кохання чи партнера, що дозволяє їм вибудовувати близькі стосунки у мережі. Це можна пояснити тим, що вони намагаються створити безпечні умови для відкритої онлайн-комунікації, що надають можливість встановлювати довірливі дружні контакти, краще пізнавати своїх співрозмовників й за бажання розвивати відносини або припиняти їх без зайвих зусиль.

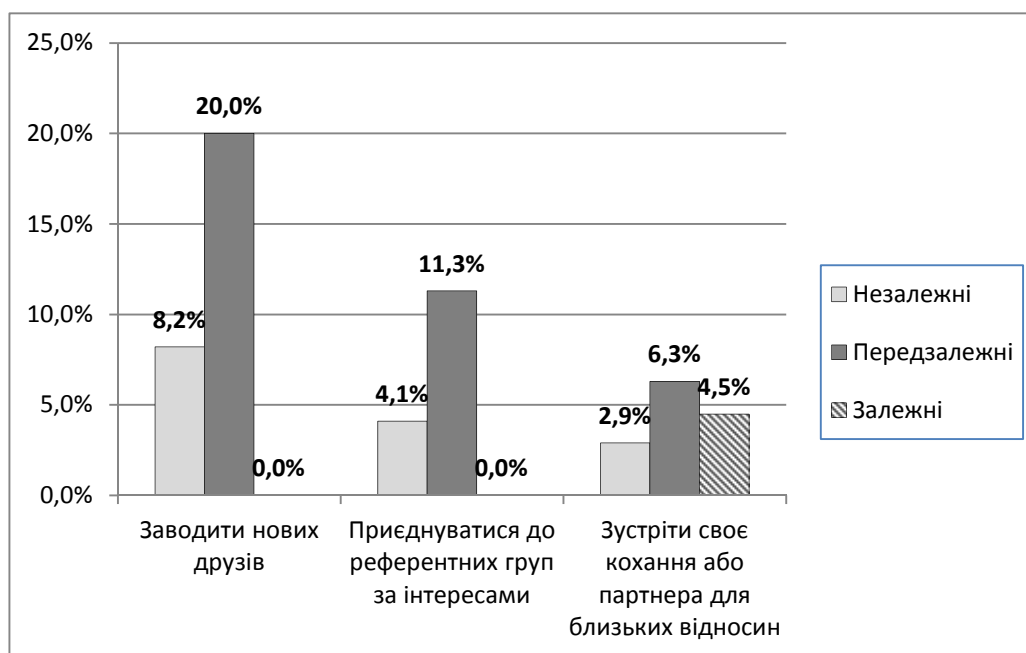


Рис. 3.3. Розподіл афіліативних мотивів залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

Таким чином, отримані результати не підтвердили наше припущення стосовно того, що узалежнені користувачі більше часу проводять за онлайн-комунікацією, зокрема, в мережевих онлайн-іграх чи пошуком нових друзів. Для групи передзалежних користувачів характерним є домінування мотивів

обміну повідомленнями з онлайн-друзями, обміну відео- та аудіо контентом, пошуку нових віртуальних друзів.

В той же час, комунікативний мотив, особливо обмін повідомленнями з онлайн-друзями та обмін відео та аудіо контентом виражений у всіх групах респондентів (рис. 3.4.). Передзалежні користувачі, у порівнянні з двома іншими групами, виявляють інтерес до комунікації під час онлайн-гри (20%) та коментування записів – 28,7%. У свою чергу, адикти керуються мотивацією обміну мультимедійним контентом (32%) та обміном коментарями (18,2%).

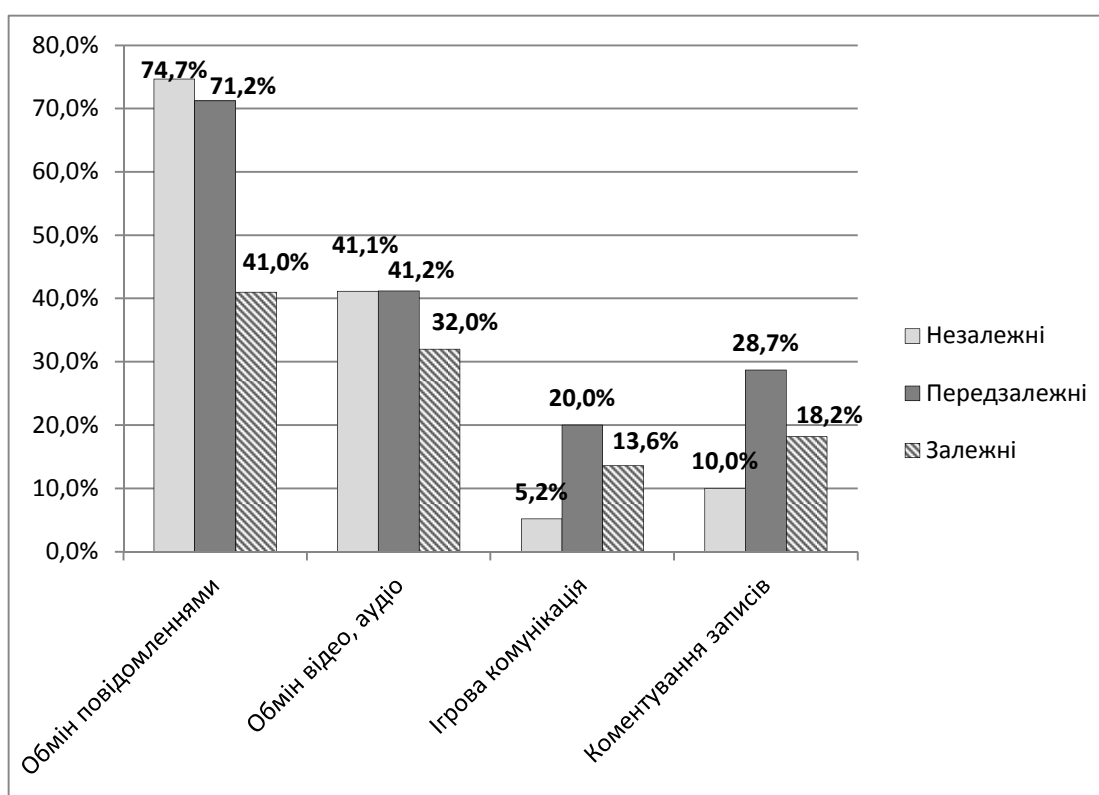


Рис. 3.4. Розподіл комунікативних мотивів залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

Цікавим є те, що сучасні молоді люди, маючи всі можливості для задоволення потреби у спілкуванні в реальному житті, все одно регулярно обирають інтернет-практики. Це можна пояснити тим, що комунікативні практики в мережному просторі розгортаються в спрощеному, порівняно з

життям, що існує поза його межами, реєстрі. Інтернет-комунікація має певну специфіку.

Користувачі встановлюють нові контакти без додаткових зусиль, просто перебуваючи в одній тематичній групі, онлайн-грі, інших мережеских сервісах. Це дозволяє говорити про важливість комунікативних інтернет-практик, що розгортаються в межах інтернет-простору як частини повсякденної комунікації молоді. Їх значимість особливо відчувається в умовах надмірної завантаженості, постійної відсутності вільного часу для частих зустрічей з друзями та родичами, великої відстані, яка з легкістю долається співрозмовниками за допомогою використання сервісів інтернет-мережі.

Крім того, для сучасної особистості, що активно опановує інформаційно-комунікативний простір, соціальні мережі стали не просто звичним та зручним засобом для задоволення потреби у комунікативному обміні з певним колом знайомих та друзів. Вони розкривають практично необмежені можливості для комунікації з цілим світом. Знаходячись в центрі свого власного комунікативного інтернет-простору, яким є віртуальна сторінка, за допомогою сприйняття мережного контенту та наповнення його власним, особистість вибудовує відносини з іншими користувачами. Вона більше прислухається до інших, починає краще розуміти себе та своє місце у світі в процесі розгортання комунікативних інтернет-практик, що сприяє більш ефективній взаємодії з оточуючими.

Наступним етапом аналізу провідних мотивів користування молоддю соціальними мережами було виявлення значущих статистичних відмінностей між групами користувачів з різним рівнем захоплення мережами. Для виявлення груп мотивів, характерних для залежних від соціальних мереж та вільних від залежності користувачів, нами був застосований метод кластерного аналізу, а саме ієрархічний кластерний аналіз за методом Варда та кластеризація методом k-середніх. За допомогою ієрархічного аналізу

нами було визначено оптимальну кількість кластерів для кожної групи респондентів.

В групі *вільних від залежності* користувачів провідні мотиви було розподілено за 5 кластерами. *Кластер 1* (18,8% досліджуваних) включає в себе діловий мотив. *Кластер 2* (22,9% досліджуваних) утворюють такі мотиви: освітній, науковий, підвищення розвивального інтелекту, соціальної ерудиції. *Кластер 3* (18,2% досліджуваних) включає групу афіліативних мотивів (пошук нових друзів; приєднання до нових віртуальних референтних груп за інтересами; пошук партнера для близьких відносин), групу мотивів самоутвердження (самоактуалізація; мотив «досягнення»; підвищення самооцінки), мотив самореалізації, мотив комунікації під час онлайн-гри та коментування записів онлайн-друзів. *До кластеру 4* (17,1% досліджуваних) увійшли мотиви пошуку цікавої та розважальної інформації, обміну повідомленнями з онлайн-друзями та обмін відео-, аудіо. *Кластер 5* (22,9% досліджуваних) утворила група ігрових та рекреаційних мотивів (ігри; музика; відеокліпи та фільми).

В групі *передзалежних* користувачів провідні мотиви було розподілено за 4 кластерами. *Кластер 1* (46,3% досліджуваних) включає в себе діловий мотив, мотив пошуку нових друзів та мотив приєднання до нових віртуальних референтних груп за інтересами. *Кластер 2* (21,3% досліджуваних) включає в себе групу пізнавальних мотивів (освітній; науковий; підвищення розвивального інтелекту та соціальної ерудиції; пошук «негативної» інформації) та групу мотивів самоутвердження (самоактуалізація; мотив досягнення; мотив підвищення самооцінки), мотив самореалізації, мотив пошуку партнера для близьких відносин, мотив перегляду відеокліпів та фільмів. *Кластер 3* (20% досліджуваних) включає мотив пошуку цікавої та розважальної інформації, обмін повідомленнями з онлайн-друзями, обмін відео-, аудіо. *До кластеру 4* (12,5% досліджуваних) увійшли мотиви комунікації під час онлайн-гри, коментування записів онлайн-друзів, ігри та музика.



В групі *залежних від соціальних мереж* користувачів провідні мотиви було також розподілено за 4 кластерами. *Кластер 1* (36,4% досліджуваних) включає в себе діловий мотив, мотив самоактуалізації, мотив «досягнення», мотив самоутвердження. *Кластер 2* (31,8% досліджуваних) включає в себе освітній мотив, мотив коментування записів онлайн-друзів. *Кластер 3* (13,6% досліджуваних) включає науковий мотив, підвищення розвивального інтелекту, комунікацію під час онлайн-гри, групу ігрових та рекреаційних мотивів (ігри; музика; відеокліпи та фільми), групу афіліативних мотивів (пошук партнерів для близьких відносин; нових друзів та референтних груп за інтересами), мотив підвищення самооцінки. *Кластер 4* (18,2% досліджуваних) утворили мотиви пошуку цікавої та розважальної інформації, обміну повідомленнями з онлайн-друзями, обмін відео та аудіо.

Для уточнення та порівняльного аналізу розподілу мотивів в групах залежних та вільних від залежності користувачів отримані дані уточнювалися за допомогою кластерного аналізу за методом *k*-середніх. В результаті аналізу, оптимальною кількістю кластерів було визначено 5.

Кластери 2, 3 та 4 характеризують вибірку користувачів, вільних від мережевої залежності, кластери 1, 5 – вибірку адиктів. Спершу аналіз результатів передбачав характеристику найменш схильних до мережевої залежності користувачів.

До *кластеру 4* увійшли мотиви, що обирають користувачі, *найменш залежні від соціальних мереж* (33% незалежних респондентів): мотив пошуку цікавої та розважальної інформації, обміну повідомленнями з онлайн-друзями, обмін відео- та аудіоконтентом, коментування записів онлайн-друзів, мотив пошуку нових друзів.

*Кластер 3* включає мотиви, характерні для користувачів, що мають *середні показники в групі вільних від залежності* (35,3%) незалежних респондентів): діловий, освітній мотив, науковий, пошук цікавої або розважальної інформації, обмін повідомленнями з онлайн-друзями, обмін відео-, аудіоконтентом.

**Кластер 2** включає мотиви, характерні для користувачів з високими показниками в групі вільних від залежності (31,7%): діловий, освітній, науковий, пошук цікавої та розважальної інформації, обмін повідомленнями з онлайн-друзями, обмін відео- та аудіоконтентом, мотив самоактуалізації.

**Кластер 5** включає мотиви, характерні для користувачів з низькими показниками у групі залежних (63,6%): діловий, мотив перегляду відеокліпів та фільмів, а також мотив самореалізації.

**Кластер 1** включає мотив, характерний для користувачів з високими показниками у групі залежних (36,4%), а саме обмін повідомленнями з онлайн-друзями.

З метою виявлення значущих відмінностей у виборі мотивів залежними та вільними від адикції користувачами було побудовано таблиці спряженості. Результати аналізу представлено на рис. 3.5.

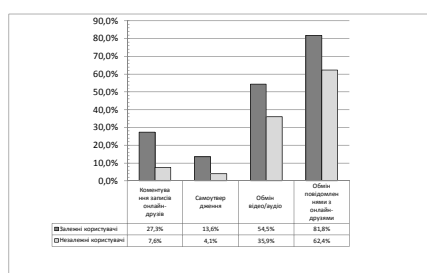


Рис. 3.5. Відмінності у виборі мотивів залежними та вільними від адикції користувачами

В результаті аналізу статистично значимої розбіжності показників за критерієм  $\chi^2$  Пірсона та рівнем асимптотичної значимості отримано такі

результати: коментування записів онлайн-друзів ( $\chi^2=8,4$ ;  $p\leq 0,01$ ); мотив самоутвердження ( $\chi^2= 3,5$ ;  $p\leq 0,05$ ); обмін повідомленнями з онлайн-друзями ( $\chi^2=3,2$ ;  $p\leq 0,1$ ); обмін відео-, аудіо контентом ( $\chi^2=2,8$ ;  $p\leq 0,1$ ).

Таким чином, отримані результати підтверджують наші попередні висновки про те, що для усіх груп користувачів найбільш значимим мотивом перебування у мережевому просторі є комунікативний, а саме обмін повідомленнями з онлайн-друзями, обмін відео-, аудіо контентом. Крім того, ми встановили, що залежні користувачі найбільше керуються мотивами коментування записів в процесі перебування он-лайн.

*Аналіз тематики інформації*, що цікавить користувачів в соціальних мережах (рис. 3.6.) показав, що спільним для всіх груп респондентів є інтерес до гумору та анекдотів: для вільних користувачів 54,7%, для передзалежних – 61,2%, для залежних – 31,8%; до хоббі та розваг: для вільних користувачів 51,2%, 42,5% – для передзалежних, 27,3% – для залежних; політичної інформації: 43% вільних користувачів, 40% – передзалежних, 31,8% – залежних молодих людей.

Відзначимо, що інтерес до політичної інформації зберігається приблизно на одному рівні у всіх групах користувачів. Молоді люди через соціальні мережі спостерігають за політичною ситуацією та подіями у світі. При цьому серед мотивів перебування он-лайн, описаних нами вище, у жодної групи користувачів не простежується тенденції до цілеспрямованого пошуку «негативної» інформації (еротика, порно, насильство, тероризм) та інформації за релігійною тематикою.

Порівняно з іншими групами, *вільні користувачі* найбільше звертають увагу на теми, пов'язані із самоосвітою (35,9%), культурою та мистецтвом (33%), комерційною діяльністю (20%), що пояснюється їх прагненням до саморозвитку та самовдосконалення. Зацікавленість інформацією наукового характеру, а саме природничою (20%) та гуманітарною (23,5%) є цілком закономірною, оскільки вільні від залежності користувачі найбільше керуються пізнавальними мотивами користування соціальними мережами, а

саме освітнім, науковим, розвитком пізнавального інтелекту. Соціальні мережі для них є додатковим середовищем для отримання нових знань, зручним для пошуку цікавої та корисної інформації.

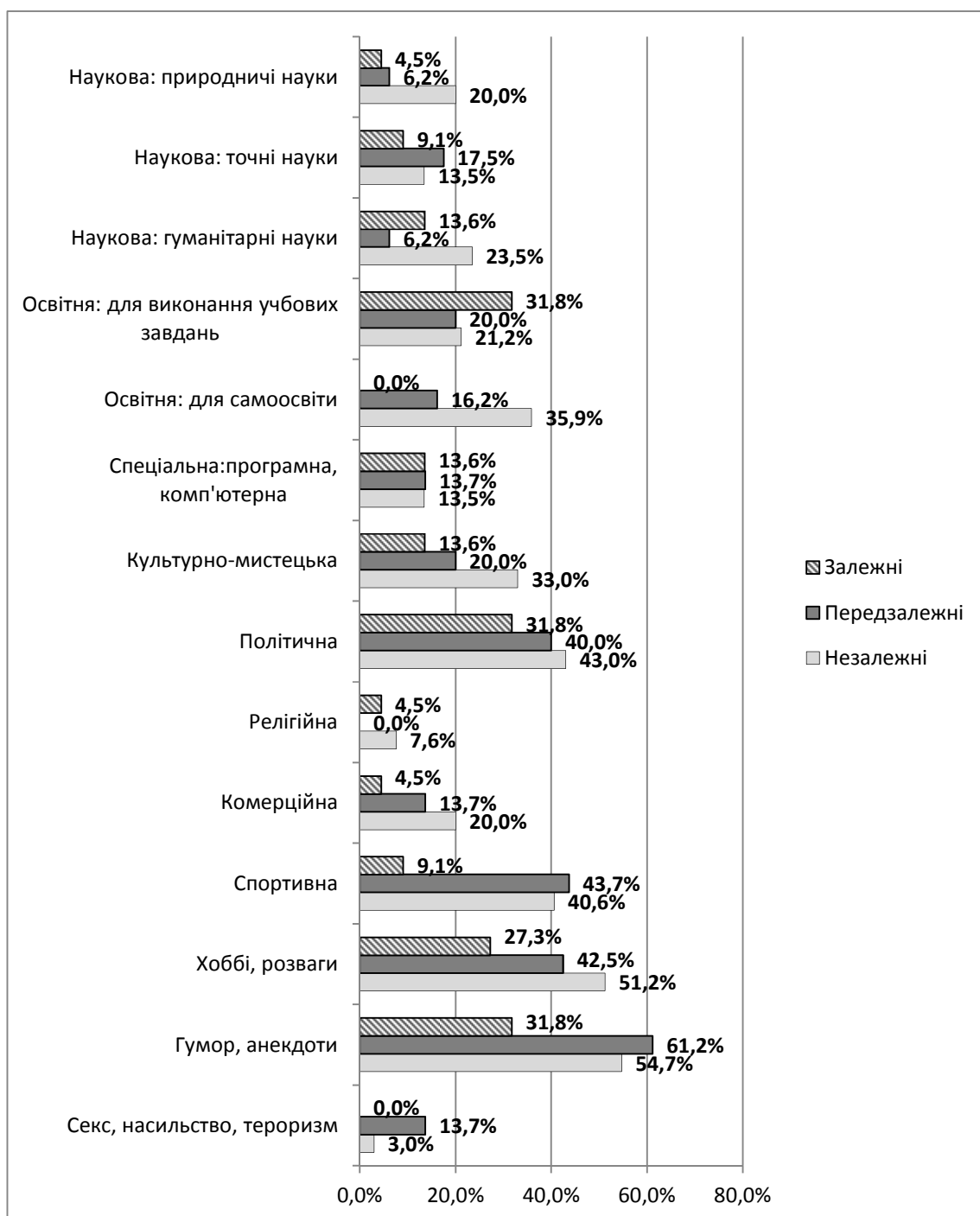


Рис. 3.6. Вибір тематики інформації користувачами залежно від інтенсивності користування соціальними мережами (%)

Крім того, нами було визначено, що одним з провідних мотивів перебування цієї групи користувачів у соціальних мережах є

комунікативний, їх інтерес до позитивної мережевої інформації свідчить про те, що молоді люди відкриті до нового досвіду, вражень та емоцій, знайомств.

У *передзалежних* користувачів найбільший інтерес під час перебування у соціальних мережах викликає *гумор та анекдоти* (61,2%), *спортивна інформація* (43,7%), *хоббі та розваги* (42,5%) та *політична тематика* (40%). Отримані дані підтверджують наші попередні висновки про прагнення передзалежних користувачів більше відпочивати у соціальних мережах та розважатися, спілкуватися, що пояснює їх вибір мотиву обміну повідомленнями, пошуку цікавої та розважальної інформації.

Більшість молодих людей, *узалежнених від соціальних мереж*, звертає увагу на розважальну інформацію, а саме: *гумор та анекдоти* (31,8%), *політичну інформацію* (31,8%), *хоббі та розваги* (27,3%). Очевидно, це пов'язано з одним з основних мотивів перебування у соціальних мережах, а саме пошуком цікавої або розважальної інформації.

Адикти звертаються до мережевого простору для пошуку та використання інформації, що може бути корисною для *виконання учбових та робочих завдань* (31,8%) більше порівняно з рештою користувачів (21,2% для вільних від залежності та 20% для передзалежних). В той же час, залежні від соціальних мереж користувачі втрачають інтерес до самоосвіти та, як ми зазначали вище, у них відмічається зниження ділового мотиву.

Це свідчить про те, що в процесі перебування он-лайн вони часто відволікаються від своєї основної мети та поставлених завдань на ігрові практики та розважальний контент, що сприяє розвитку мережевої залежності. При цьому вираженість у них мотиву самоактуалізації говорить про те, що комунікативні інтернет-практики сприяють розкриттю їх потенціалу, розвитку особистісних рис та якостей. Мережі для них є тим середовищем, в якому вони активно шукають своє місце та яке використовують для самореалізації, а не лише для розваг, відпочинку чи спілкування.

Для визначення основних **напрямів діяльності** користувачів кіберпростору (див. Рис. 3.7.) досліджуваним було запропоновано вибрати види діяльності, яким вони надають перевагу при щоденній мережевій онлайн-комунікації.

Отримані результати дозволяють говорити про те, що користувачі, віднесені нами до передзалежних та залежних вдвічі менше користуються послугами *електронної пошти*: 44,1% у групі незалежних користувачів; 21,2% для передзалежних та відповідно – 18,2% для залежних користувачів соціальних мереж.

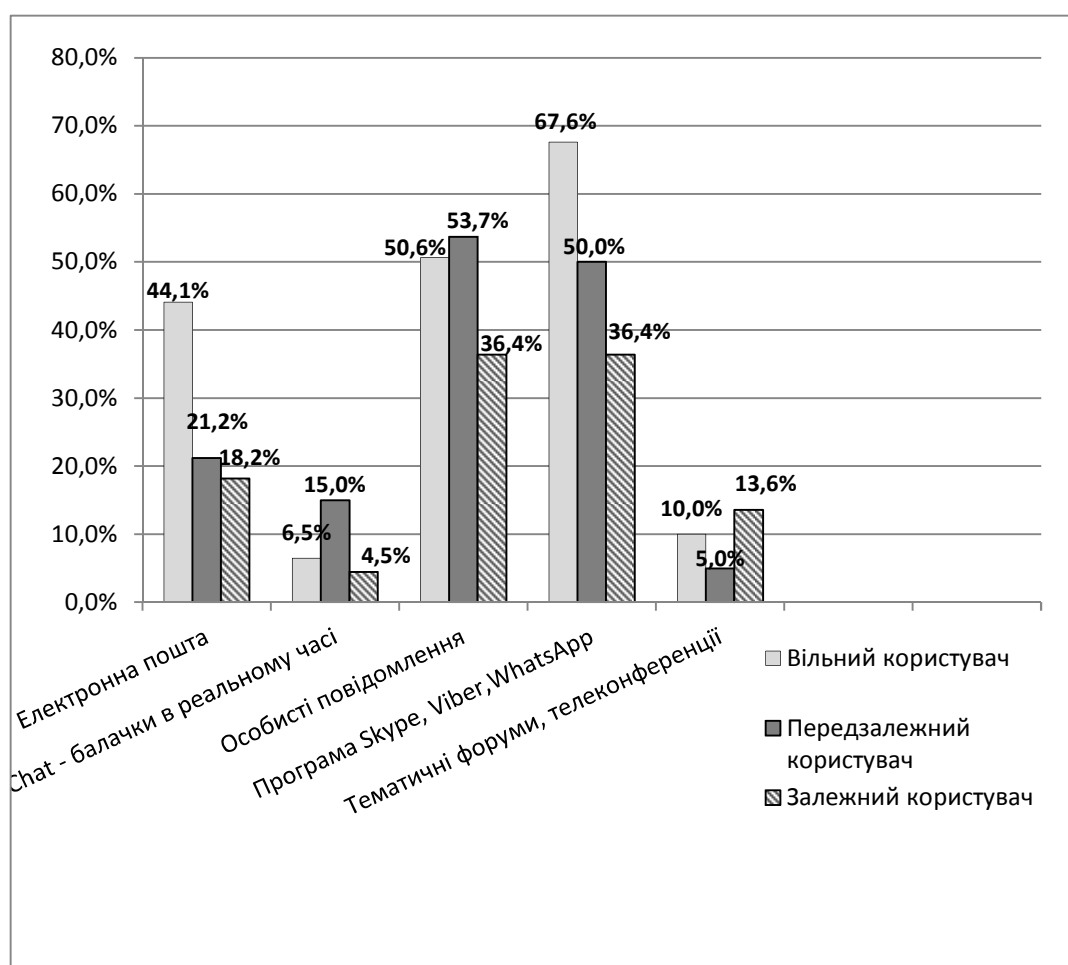


Рис. 3.7. Вибір напрямків комунікативної діяльності користувачів залежно від інтенсивності користування соціальними мережами (%)

Це свідчить про те, що соціальні інтернет-мережі стають не просто додатковим засобом для комунікації, пошуку та обміну інформацією та

організації різних сфер життєдіяльності. Вони стають їх універсальною заміною з численними функціями та додатковими сервісами, надмірне користування якими супроводжується поступовим виключенням користувачів з подій соціального життя, репресуванням навчальної та професійної діяльності.

Зазначимо, що сервіс електронної пошти, так само, як і особисті повідомлення у соціальних мережах відносяться до діалогової комунікації, що може здійснюватися як офф-лайн, так і он-лайн. Таке спілкування носить більш відкритий, довірчий та особистий характер між співрозмовниками, що й цікавить вільних від залежності користувачів соціальних мереж.

На відміну від сервісу електронної пошти, *chat-балачки у реальному часі* вважаються полілоговою комунікацією, орієнтованою на обговорення будь-яких питань на спеціальні теми великою кількістю людей. З усіх груп респондентів вони найбільше цікавлять передзалежних користувачів (15%) у порівнянні з незалежними (6,5%) та залежними (4,5%). Це може свідчити про те, що представники даної групи прагнуть нових контактів, однак не бажають обтяжувати себе близькими знайомствами та зв'язками, які слід постійно підтримувати. Для досліджуваних цього рівня залежності характерним є прагнення до поверхневого спілкування, без тривалого продовження, певних зобов'язань, зайвих переживань та зусиль.

В цілому досліджувані частіше звертаються до мережі за такими послугами, як *особисті повідомлення*, однак відмітимо, що у залежних користувачів інтерес до спілкування знижується: 50,6% для вільних користувачів, 53,7% для передзалежних, 36,4% для залежних. Очевидним є те, що в приватній та неформальній формі діалогу здійснюється довірча комунікація. Тому серед основних причин звернення молодими людьми до мережевого простору як інструменту спілкування може бути бажання постійно знаходитись на зв'язку зі своїми друзями та знайомими, або ж навпаки, певні обмеження у спілкуванні в реальному житті та компенсація його у віртуальному світі. Втім, у таких випадках у користувачів швидко

згасає інтерес до онлайн-комунікації, якщо з'являються можливості для задоволення даної потреби поза межами мережного простору.

У залежних молодих людей відмічається найвищий для представників їх групи, однак нижчий у порівнянні з іншими користувачами, інтерес до програм *Skype, Viber, WhatsApp*: 67,6% для вільних від залежності, 50% для передзалежних та 36,4% для залежних. Це вказує на потребу у спілкуванні та підтримці комунікації зі своїми онлайн-знайомими та друзями поза мережевим простором за допомогою зазначених сервісів.

*Тематичні форуми, телеконференції* найбільше цікавлять залежну групу користувачів: 13,6% у порівнянні з 10% для вільних користувачів та 5% для передзалежних. Основна відмінність телеконференцій від чатів полягає у відсутності «реального часу» і певних обмежень на обсяг повідомлень, що робить їх більш зручним сервісом для обговорення тих чи інших питань.

В свою чергу, чати рідко залишаються тематичними. Глибокі бесіди стають проблемними, оскільки комунікація в режимі реального часу має більш поверхневий характер. Таке спілкування справляє враження вільного обміну думками та висловлюваннями, без певних зобов'язань та конкретних цілей, що здійснюється переважно для підтримання контакту.

Згідно з нормами та правилами «нетикету» в процесі публічної комунікації ставити певні особисті запитання співрозмовнику не прийнято (про вік, справжнє ім'я), оскільки вони вимагають приватності. У випадку бажання ближчого знайомства та спілкування на іншому рівні користувачі, як правило, можуть продовжити його у форматі приватних повідомлень або «шепоту» (функція відправки повідомлень, невидимих для інших, при публічній розмові).

Телеконференції та тематичні форуми є сприятливим комунікативним простором для пошуку однодумців та людей, близьких за духом, оскільки їх об'єднують спільні інтереси, погляди. Цим можна пояснити зацікавленість даними мережевими сервісами залежних молодих людей. Очевидно, вони



прагнуть спілкування, компульсивно задовольняючи цю потребу у мережах, шукають співрозмовників, з якими можна обговорювати певні специфічні питання та проблеми, що не потребують близького знайомства та не є популярними темами для розмов у реальності.

Зазначені напрямки та форми мережевого спілкування відрізняються між собою за інтерактивністю (он-лайн та офф-лайн), спрямованістю (монолог, діалог, полілог), за ступенем активності користувачів (активні та пасивні) та відкритості між учасниками мережевої комунікації (приватні та публічні).

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що вільні від залежності молоді люди схильні обирати напрямки комунікативної діяльності в мережі, що мають відкритий, довірчий та особистий характер (електронна пошта, особисті повідомлення, програми Skype, Viber та WhatsApp). Це дозволяє їм досягати конкретних цілей та ефективніше проводити час у соціальних мережах, менше відволікатись на інші мережеві сервіси.

Передзалежні користувачі надають перевагу особистим повідомленням та chat-балачкам у реальному часі, що говорить про уникання молодими людьми близьких та тривалих знайомств, відповідальності. Це може свідчити про компенсаторний характер мережевої комунікації, оскільки уникаючи близьких знайомств, вони уникають також емоційних переживань та почуттів, замінюючи якість контактів їх кількістю.

Адикти також активно користуються сервісами для особистих повідомлень, електронною поштою, програмами Skype, Viber, WhatsApp. Однак порівняно з іншими групами користувачів, вони найбільше цікавляться тематичними форумами та телеконференціями. Це може говорити про їх недовіру до мережевої спільноти, небажання виставляти свої емоції та почуття напоказ, оскільки публічна комунікація передбачає формальне спілкування, без зайвої особистої інформації.

Отже, результати аналізу напрямків діяльності дозволяють зробити висновок про те, що спільним для усіх груп користувачів соціальних мереж є

позитивна налаштованість на встановлення нових та перспективних мережевих контактів. Онлайн-комунікація для них є більш цікавою та хвилюючою, ніж комунікація з людьми в реальному житті. Основна відмінність між ними полягає у тому, що мережева комунікація вільних користувачів є зручним та багатофункціональним доповненням до спілкування у реальності, вона має відкритий та довірчий характер.

У свою чергу, залежні молоді люди схильні обирати ті напрямки діяльності у мережі, що дозволяють контролювати розвиток подій, уникати близьких знайомств, відповідальності та зайвих емоційних переживань. Очевидно, що для близького та довірчого спілкування вони оточують себе добре знайомими, надійними та перевіреними контактами.

Таким чином, спільним для всіх груп користувачів є комунікативний мотив, за допомогою якого вони реалізують потребу у спілкуванні, підтримці, взаєморозумінні. В групі вільних користувачів домінують діловий та пізнавальний мотиви, а також пошук цікавої або розважальної інформації. Соціальні мережі для них є не лише частиною повсякденного життя та комунікації, а середовищем для пізнання, самоосвіти, саморозвитку, самореалізації, відпочинку та розваг.

В групі передзалежних користувачів виражений мотив пошуку цікавої або розважальної інформації, діловий та музичний мотив, пошук нових віртуальних друзів та ігрова комунікація. Молоді люди прагнуть яскравих емоцій від спілкування та розваг, бажають різноманіття, нових знайомств та відпочинку у віртуальному просторі від повсякденної діяльності.

Передзалежні та залежні молоді люди керуються мотивом підвищення самооцінки. В той же час, одним з основних мотивів перебування у соціальних мережах адиктів є самоактуалізація, тобто розвиток та реалізація власного потенціалу. Вони прагнуть проводити у мережі весь вільний час і онлайн-комунікація набуває для них все більшої значимості. У них звужується коло інтересів, втрачається інтерес до пізнання, самоосвіти, до власного розвитку та міжособистісного онлайн-спілкування. Як наслідок,

надмірна зануреність у події віртуального життя зумовлює втрату інтересу до реального життя та спілкування, відсторонення від подій, що відбуваються поза межами соціальних мереж. Все це сприяє появі перевтоми, дратівливості, напруженості, що негативним чином позначається на ефективності та характері мережевої комунікації, створює додаткові проблеми у реальному житті, спілкуванні.

Наступний етап дослідження, спрямований на якісний аналіз комунікативних інтернет-практик користувачів, дозволить більш детально розкрити специфіку повсякденної віртуальної комунікації молоді, залежної від соціальних мереж та вільної від залежності.

### **3.2. Особливості комунікативних інтернет-практик молоді, залежної від соціальних мереж та вільної від адикції**

В даному параграфі здійснено детальний аналіз специфіки комунікативних практик молоді, схильної до мережної залежності та вільної від адикції. З метою всебічного аналізу особливостей онлайн-комунікації зазначимо, що було проведено вже багато досліджень, в яких вивчаються статеві відмінностей у процесі мережної взаємодії, зокрема, Є. П. Белінською та А. Є. Жичкіною, О. Є. Войскунським, В. В. Посоховою [9; 10; 20; 22; 42; 43; 44; 113]. Згідно з їх висновками, відмічаються певні відмінності в онлайн-взаємодії чоловіків та жінок. Крім того, В. В. Посохова у своєму дослідженні відмічає, що жінки більше схильні до мережної адикції [113].

Отримані нами результати, згідно з якими кількість узалежнених від соціальних мереж молодих жінок значно перевищує кількість адиктивних чоловіків (12% жінок та відповідно 3% чоловіків), також вказують на необхідність більш детального аналізу статевих відмінностей у виборі комунікативних інтернет-практик.

Загальновідомо, що соціум висуває різні вимоги до норм та правил поведінки та комунікативної взаємодії до чоловіків та жінок. Протягом життя

у жінок та чоловіків формуються різні мотиви стилі та стратегії комунікації, зокрема, мережевої. Очевидно, це обумовлюється стереотипами та культурними традиціями суспільства. Однак, зважаючи на те, що в соціальних мережах «нетикет» є спільним для усіх користувачів, ці відмінності можуть позначатися на ефективності комунікації он-лайн, викликаючи непорозуміння та конфліктні ситуації. Результати вибору користувачами комунікативних інтернет-практик представлено на рис. 3.8.

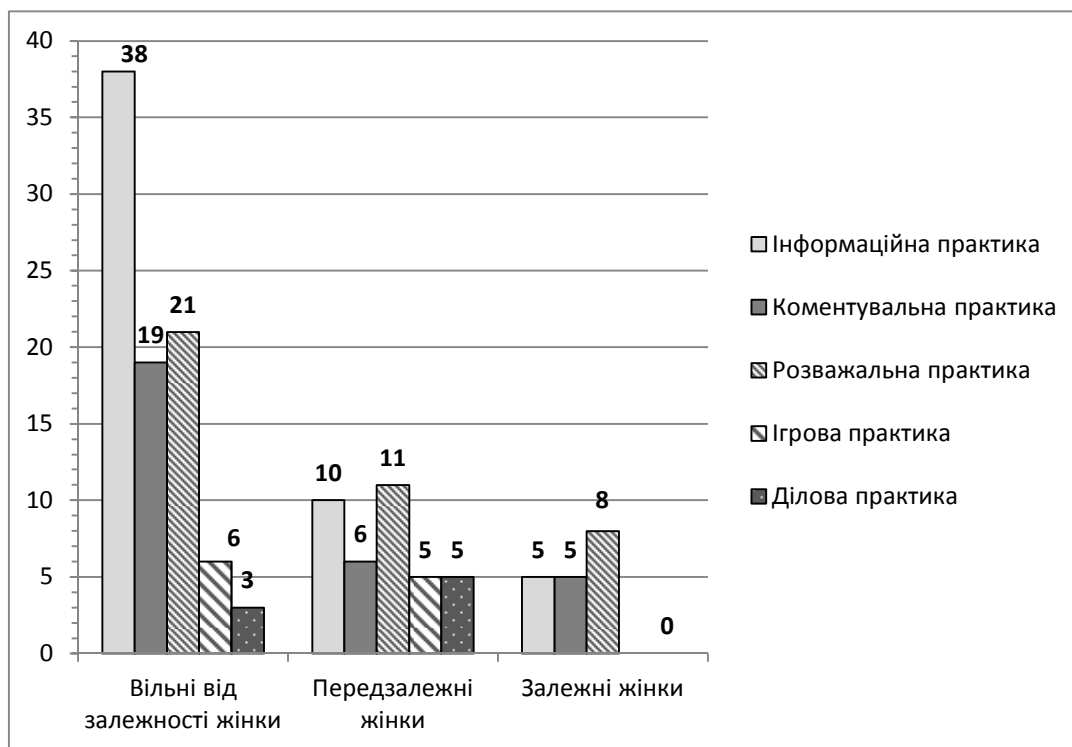


Рис. 3.8. Відмінності у виборі інтернет-практик жінок із різним рівнем захопленості соціальними мережами (кількість осіб)

З метою порівняння середніх рангів на респондентах жіночої групи, які обирають різні комунікативні практики, був здійснений аналіз результатів за критерієм Краскелла-Уоллеса. У виборі комунікативних інтернет-практик жінками з різним рівнем захопленості мережним простором статистично значимих відмінностей не виявлено (див. Додаток Е.).

Як ми бачимо, більшість вільних від залежності жінок надають перевагу інформаційним практикам (38 осіб, що складає 43,7% від загальної кількості вільних від залежності жінок), тобто обміну інформаційними

повідомленнями з онлайн-друзями (інформацією різного роду: аудіо, відео, текст тощо) або публічними повідомленнями (на мережевих сторінках), перегляду новин, сторінок інших користувачів. Передзалежні користувачки обирають розважальні комунікативні практики (11) та інформаційні (10), в той час як залежні обирають розважальні (8) та однаковою мірою інформаційні (5) та коментувальні (5).

Для порівняння середніх рангів у чоловічій групі респондентів, які обирають різні комунікативні практики також був здійснений аналіз результатів за критерієм Краскелла-Уоллеса.

У виборі комунікативних інтернет-практик чоловіками з різним рівнем захопленості мережним простором статистично значимих відмінностей не виявлено (див. Додаток Е.).

У свою чергу залежні чоловіки в процесі перебування у соціальних мережах демонструють найбільшу зацікавленість в ігровій (2), розважальній (1) та інформаційній (1) діяльності, надаючи перевагу відповідним комунікативним практикам (рис. 3.9.).

Вільні від залежності чоловіки в процесі перебування у соціальних мережах демонструють більшу зацікавленість в розважальній (27) та інформаційній комунікативній практиці (23).

В цілому серед молодих людей більше, ніж жінок обирає ігрову практику, а саме 8 (серед жінок кількість складає 5) та ділову практику (11 чоловіків у порівнянні з 8 жінками).

Вибір зазначених мережевих практик чоловіками пояснюється їх прагненням демонстрації своїх досягнень, підкреслення авторитету, набуття та збереження певного значимого статусу. Жінки ж в процесі розгортання комунікативних інтернет-практик більше схильні підкреслювати значимість міжособистісних стосунків (шляхом додавання особистих або колективних фотографій із сім'єю, друзями, колегами тощо).



Рис. 3.9. Відмінності у виборі інтернет-практик чоловіків із різним рівнем захопленості соціальними мережами (кількість осіб)

Ці відмінності можуть призводити до розбіжностей як у цілях повсякденної мережевої комунікації, так і в інтерпретації онлайн-повідомлень. Використовуючи однакові фрази та висловлювання жінки та чоловіки можуть керуватися різними мотивами і, відповідно, по-різному інтерпретувати слова співрозмовника. Наприклад, слова підтримки або допомоги користувачі різної статі можуть розтлумачити як вияв уваги, бажання дружби тощо. В той же час пропозиція допомоги або різноманітні поради можуть бути натяком на свою перевагу, демонстрацію своєю першості.

З метою порівняння середніх рангів на групах респондентів жіночої та чоловічої груп, які обирають різні комунікативні практики, був здійснений аналіз результатів за критерієм Манна-Уїтні. У виборі комунікативних інтернет-практик чоловіками та жінками з різним рівнем захопленості

мережним простором статистично значимих відмінностей не виявлено (див. Додаток. Ж.).

У порівнянні з чоловіками, жінки надають більшу перевагу таким мережевим сервісам, як обмін особистими повідомленнями з онлайн-друзями, пости на власній сторінці, репости новин та інших записів, обмін «лайками» тощо. У повсякденній комунікації як у реальному житті, так і у соціальних мережах вони більше орієнтуються на міжособистісну взаємодію, діляться різноманітною цікавою інформацією, зміцнюючи таким чином взаємини з віртуальною спільнотою.

Комунікативні онлайн-практики відіграють важливу роль у процесі їх самовдосконалення та розвитку, пошуку творчих ідей, підтримання кола власних інтересів та розширення можливостей для повсякденного спілкування (збільшення кола однодумців, друзів, корисних та цікавих знайомств тощо).

Інтернет-практики є частиною повсякденного життя сучасної особистості і, в той же час, набуття нового досвіду мережевої взаємодії відображається на подальшій комунікації у реальності. Крім того, в соціальних інтернет-мережах розповсюджуються, оцінюються та коментуються події, що відбуваються у реальному світі, при цьому більшість людей про зазначені події отримує інформацію саме з мережі.

Спираючись на представлену нами емпіричну модель, розроблену для дослідження комунікативних практик, що розгортаються в соціальних інтернет-мережах, за допомогою авторської анкети, ми здійснили спробу розкрити основний зміст та порівняти повсякденні комунікативні практики молоді, залежної від соціальних мереж та вільної від залежності.

Аналіз відповідей було здійснено за допомогою контент-аналізу [46; 58] відповідно до рівнів захоплення молодими людьми соціальними мережами та виділених нами блоків питань анкети. З метою об'єктивності аналізу даних нами були встановлені категорії, якими стали теми питань. Процедура контент-аналізу включала наступні етапи:

1. Виділення категорій та підкатегорій аналізу за блоками питань. Нижче поданий опис основних параметрів контент-аналізу, які було попередньо виділено для вирішення поставлених нами завдань. У якості формальних признаков одиниць аналізу використовуються узагальнені варіанти відповідей респондентів: слова, терміни або сполучення слів; висловлювання, виражені в припущеннях, роздумах або судженнях; спогади про певні події, моделювання ситуацій тощо. Детальний опис категорій контент-аналізу представлено в таблиці 3.2.

2. Підрахунок частоти повторюваних відповідей. Кількісний аналіз даних, фіксація частоти появи в тексті повторюваних відповідей, з метою отримання кількісної структури змісту відповідей респондентів.

3. Якісний аналіз відповідей за виділеними категоріями з метою наповнення емпіричним змістом соціально-психологічного поняття «комунікативні інтернет-практики». Виявлення характеристик подібності/відмінності між вибірками залежних та вільних від залежності користувачів соціальних інтернет-мереж (на прикладі найбільш типових відповідей).

Таблиця 3.2.

#### Категорії контент-аналізу

Категорії та одиниці аналізу		Формальні ознаки одиниць аналізу (відповіді на питання)
Особливості користування соціальними мережами		
Підкатегорії	Термін користування соціальними мережами	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Відносно недавно (до 3 років)</li> <li>- Недавно (3-5 років)</li> <li>- Давно (5-8 років)</li> <li>- Дуже давно (8-12 років)</li> </ul>
	Тривалість сеансу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- до 1 год</li> <li>- 1-3 год поспіль</li> <li>- 3-7 годин</li> <li>- 8 та більше годин</li> </ul>
	Вибір пріоритетної соціальної мережі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- «Вконтакте»</li> <li>- «Facebook»</li> <li>- «Однокласники»</li> <li>- Інше (Youtube, Instagram, Skype, Viber)</li> </ul>



	Вибір онлайн-сервісів та послуг	Слова, фрази та висловлювання, що повідомляють про вибір онлайн-сервісів в процесі мережевої комунікації.
	Кількість онлайн-друзів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1-100</li> <li>- 100-200</li> <li>- 200-500</li> <li>- 500-1000</li> <li>- 1000 і вище</li> </ul>
	Кількість друзів для регулярної комунікації.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- до 10</li> <li>- 10-20</li> <li>- 20-50</li> <li>- 50 і більше</li> </ul>
<b>Категорії, що характеризують специфіку комунікативних інтернет-практик</b>		<b>Формальні признаки одиниць аналізу (відповіді на питання)</b>
<b><i>Когнітивний компонент</i></b>		
<b><u>Підкатегорії</u></b>	Ступінь відкритості (налаштування та наповненість сторінки контентом)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Відкритість</li> <li>- Дистанціювання</li> <li>- Закритість</li> </ul>
	Значимість онлайн-комунікації у реальному житті	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Не має суттєвої значимості</li> <li>- Відносна значимість</li> <li>- Відіграє важливу роль</li> </ul>
	Рівень усвідомлення впливу віртуальної комунікації на життя	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Свідоме ставлення</li> <li>- Переосмислення</li> <li>- Несвідоме ставлення</li> </ul>
	Ставлення до власної захопленості мережами	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Позитивне</li> <li>- Нейтральне</li> <li>- Негативне</li> <li>- Амбіваленте</li> </ul>
<b><i>Емоційний компонент</i></b>		
<b><u>Підкатегорії</u></b>	Інтенсивність емоційного включення	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Байдуже</li> <li>- Помірне</li> <li>- Експресивне</li> </ul>
	Спосіб вираження емоцій та почуттів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Стриманість</li> <li>- Демонстративність</li> <li>- Імпульсивність</li> <li>- Образливість</li> </ul>
	Емоції та почуття	Слова, фрази та висловлювання, що повідомляють про емоції та почуття, що виникають в процесі мережевої комунікації.
<b><i>Поведінковий компонент</i></b>		

<u>Підкатегорії</u>	Стратегія поведінки	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Активність-пасивність</li> <li>- Конструктивність-деструктивність</li> <li>- Відкритість-закритість</li> <li>- Відповідальність-безвідповідальність</li> </ul>
	Мережеві практики	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Інформаційна</li> <li>- Розважальна</li> <li>- Ділова</li> <li>- Ігрова</li> <li>- Коментувальна</li> </ul>
	Комунікативні інтернет-практики	<p>Практики взаєморозуміння</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Практики самопідтримки та взаємопідтримки, взаємодопомоги</li> <li>- Практики деструктивні (тролінг, флуд, флейм)</li> <li>- Практики діяльності</li> <li>- Практики відпочинку (ігри)</li> <li>- Практики відволікання та розваг</li> <li>- Практики уникання</li> <li>- Практики знайомств та дружби</li> <li>- Практики саморозкриття та самовираження</li> <li>- Практики розвитку та самовдосконалення</li> <li>- Практики самоутвердження</li> <li>- Практики самодемонстрації</li> </ul>
<b><i>Потреби особистості, що задовольняються у соціальних мережах</i></b>		
<u>Підкатегорії</u>	Актуалізація потреб	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Організація життєвого простору</li> <li>- Розширення меж комунікативного простору</li> <li>- Забезпечення безпеки</li> <li>- Потреба у самопізнанні</li> <li>- Потреба у саморозвитку</li> <li>- Потреба у самореалізації</li> </ul>
	Перспективи онлайн-комунікації у майбутньому	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Прагнення до стабільності</li> <li>- Прагнення до змін у собі</li> <li>- Прагнення до змін в інших</li> <li>- Прагнення до змін у мережевому просторі</li> <li>- Прагнення до змін у світі</li> </ul>

Для кращого розуміння соціально-психологічного змісту комунікативних інтернет-практик, а також специфіки їх розгортання у віртуальному просторі, аналіз відповідей на запитання анкети був проведений відповідно до виділених нами категорій:

1. *Особливості користування соціальними мережами.* Як ми вже зазначали, важливу роль у розвитку залежності відіграють події та обставини у житті особистості, за яких розвивається захопленість мережевим простором. Тож, дана категорія полягає у детальній характеристиці появи та прогресування залежності від соціальних мереж: за яких умов відбувалася реєстрація, як давно, з яких причин, термін та частота користування мережами, вибір конкретних мереж та онлайн-сервісів, кількість активних віртуальних сторінок, друзів для регулярної комунікації.

2. *Специфіка комунікативних інтернет-практик.* Виділена категорія дозволяє визначити характерні особливості розгортання комунікативних практик, спираючись на якісні дані, зокрема, організацію особистого комунікативного простору та ставлення до процесу мережевої комунікації, ступінь емоційної включеності та прояви своїх емоційних станів, а також поведінку користувачів під час онлайн-комунікації (когнітивний, емоційний та поведінковий компонент).

3. *Категорія потреб особистості, що задовольняються у соціальних мережах* дозволяє визначити, чи відбулися у житті особистості певні зміни внаслідок мережної взаємодії та які саме, а також виявити її побажання щодо онлайн-комунікації у майбутньому.

На основі відповідей на питання анкети (див. додаток А) була виділена підкатегорія комунікативних інтернет-практик, вимірами якої стали:

- Практики взаєморозуміння (вираження в комунікації розуміння, заохочення, схвалення, підтримки, що здійснюється зазвичай за допомогою коментарів, лайків, особистих повідомлень, віртуальних подарунків, привітальних листівок, квітів, «мемів»);

- практики самопідтримки та взаємопідтримки (ведення блогів та щоденників, комунікація у референтних групах за інтересами);
- практики взаємодопомоги (комунікативна діяльність, спрямована на вираження необхідності різного роду допомоги, зокрема, генерування контенту певного змісту, поширення необхідної інформації репостами);
- практики деструктивні (тролінг, флуд, флейм, сперечання);
- практики діяльності (навчальна, професійна діяльність);
- практики відпочинку (комунікація на тему хоббі, гумору, анекдотів, онлайн-ігри);
- практики відволікання та розваг (книги, статті, музика, аудіо-, відеозаписи, фільми, пошук інформації, відео та аудіо, пошук цікавої та розважальної інформації);
- практики уникання (мовчання, відстрочена комунікація, ігнорування або блокування нових та невідомих контактів);
- практики дружби та знайомств (пошук та встановлення нових контактів);
- практики саморозкриття та самовираження (мережеві статуси, фотоальбоми, пости, блоги, спрямовані на вираження та розкриття власних переживань та думок);
- практики розвитку та самовдосконалення (інформаційні сервіси, самоосвіта, комунікація у референтних групах за інтересами);
- практики самоутвердження (комунікація, спрямована на підвищення власної самооцінки за рахунок інших користувачів);
- практики самодемонстрації (комунікація, спрямована на демонстрацію подій з власного життя, власних досягнень та успіхів у соціальних мережах та у реальному житті).

Отже, що стосується особливостей користування соціальними мережами в результаті контент-аналізу було отримано наступні типові відповіді.

*Групу 1* складає 63% осіб (вільні від мережевої залежності користувачі): 7,7% осіб віком 18-20 років, 75,8% молодих людей віком 21-30 років та 16,5% осіб віком 31-35 років, 54% жінок та 46% чоловіків.

Серед соціальних мереж користувачі переважно обирають «Вконтакте» (71,7%), «Facebook» (37%), «Однокласники» (4,7%). Вільні користувачі також обирають онлайн-мережі, в яких обмін візуальною інформацією є пріоритетним (24,7%): Instagram, Skype, Viber. Тривалість сеансу здебільшого становить від 15–60 хвилин (32,3%) та 2–3 годин поспіль (35,3%), рідше – 3-7 годин (20,6%) та більше 8 годин (11,8%).

Молоді люди надають значення зручності користування онлайн-простором. Для оптимізації мережної взаємодії вони пропонують вдосконалювати технічні можливості віртуальних мереж, а саме додати голосове спілкування та дзвінки, можливість видаляти повідомлення, зменшити кількість платних сервісів, забезпечити безпечний доступ та посилити захист сторінок від спаму та шахраїв. Для спрощення пошуку однодумців доцільним вважають створення мереж для різних вікових та соціальних груп.

Термін користування соціальними мережами переважно складає 5-8 років (56,5%), до 8-12 років (23,5%), менше 3-5 років (15,3%), в декількох випадках (4,7%) зазначали до 3 років.

Кількість друзів у більшості користувачів становить 200-500 (36,4%), 100-200 (21,7%), рідше до 100 (16,4%) та 500-1000 (16%), більше 1000 (9,5%). При цьому кількість контактів, з якими онлайн-комунікація відбувається найчастіше становить до 10 (34,2%) та до 20 (31,7%), рідше з 20-50 (27,6%), в декількох випадках більше, ніж з 50 (6,5%).

Більшість респондентів мають по одному особистому акаунту в різних соціальних мережах. При цьому найчастіше використовують тільки один з них, який регулярно покращують та вдосконалюють, наповнюють різноманітним контентом та використовують для спілкування. Це можна пояснити тим, що молоді люди більше часу приділяють реальній комунікації.

Віртуальна комунікація відіграє роль допоміжного комунікативного засобу, через який вони прагнуть підтримувати та розширювати коло власних інтересів та своїх можливостей для спілкування.

Відповіді на запитання про налаштування віртуального акаунту та можливості доступу до його даних здебільшого свідчать про те, що акаунт відкритий для загального доступу, однак без повного доступу до особистої інформації. Вони також періодично перевіряють та активно наповнюють контентом сторінку. Особисті дані, зазвичай детально представлені на сторінці, найчастіше не змінюються (ім'я, місце народження, місце навчання, вік).

Вільні користувачі надають перевагу інформаційній (37%) та розважальній інтернет-практиці (34,7%). Відповідно, серед мережевих сервісів більшість респондентів обирають обмін особистими повідомленнями, пости на власній сторінці, репости новин та інших записів, сервіси знайомств, аудіо-, відео контент, фільми, мережеві ігри, обмін повідомленнями, фотографії, розміщення різноманітних об'яв. Тобто вони прагнуть не лише блукати мережею та збирати різноманітну інформацію, а ділитися нею з іншими користувачами, онлайн-друзями.

У своїх відповідях молоді люди зазначають, що для них важливе значення має можливість самостійно обирати онлайн-сервіси та постійно залишатись онлайн, що вказує на прагнення контролю, підтвердження власної значимості. Вони прагнуть розширювати власний комунікативний простір, слідкувати за новинами та подіями мережного життя. Через встановлення та підтримку віртуальних контактів користувачі реалізують потребу у спілкуванні, прив'язаності, встановленні близьких стосунків на рівні дружби.

Задоволення потреби у більш близьких стосунках може реалізуватись через онлайн-взаємодію у сервісах знайомств, про що свідчить вибір даного сервісу: «Основна перевага мереж – це можливість спілкування для людей, змушених часто знаходитись вдома або цілими днями на роботі, можливість

знаходити нових друзів, які здатні тебе зрозуміти та спілкуватися більш вільно та розкуто, ніж в реальному житті» (жінка, 27 років); «в будь-який час можна знайомитись, спілкуватись. Все життя і так минає на роботі й просто немає коли кудись ходити, знайомитись, а таке спілкування дуже зручне, воно відволікає, розважає, ще й при цьому ні до чого не зобов'язує у випадку невдачі. Зустрічаються цікаві люди, хоча багато разів я розчаровувався від особистої зустрічі після знайомства в мережі» (чоловік, 30 років).

Вільні від залежності користувачі організують особистий комунікативний простір аналогічно до свого активного способу життя у реальному світі. Для цього вони користуються більшістю з доступних онлайн-ресурсів та сервісів. В той же час користувачі, віднесені нами до цієї групи, намагаються проводити час у віртуальних мережах з найбільшою для себе з користю та шукають шляхи для підвищення ефективності діяльності як у віртуальному просторі, так і у реальному житті.

Молоді люди вибудовують та підтримують у повсякденних комунікативних практиках мережевий образ, що зазвичай не відрізняється від їх реальної ідентичності. Конструюється він відповідно до наявних рис та якостей користувачів, тому їх профіль зазвичай відкритий для доступу мережевої спільноти. Через наповнення певним контентом своєї віртуальної сторінки вони демонструють події зі свого повсякденного життя, використовуючи для цього різні онлайн-сервіси: відеозаписи з власною участю, фотографії з геолокацією та різноманітними підписами, «селфі», пости з власними думками на різноманітні теми, обмін коментарями тощо. Нові пости та статуси привертають увагу мережевої спільноти, що сприяє підвищенню власного статусу та значимості, а також розширенню кола друзів.

Для них цінним є новий, оригінальний, креативний контент, цікавий та корисний для практичного застосування у реальному житті. Цим пояснюється їх схильність обирати практики самовираження, самовдосконалення та розвитку власної особистості у соціальних мережах.

Вони активно займаються самоосвітою, творчістю, пошуком тематичних груп за інтересами, різноманітних онлайн-курсів, відео-уроків тощо. Тому вони активно шукають корисні відеозаписи, навчальні курси, майстер-класи, слідкують за тематичними зустрічами тощо. Також приділяють багато часу пошуку творчих ідей, здатних надихати на певні досягнення, розширюють коло друзів та однодумців. Як в реальному житті, так і у віртуальному просторі вони намагаються активно спілкуватись, розширювати коло своїх знайомих.

Необхідно зазначити, що для користувачів даної групи характерною є орієнтація на міжособистісні стосунки, тому для них пріоритетними в процесі комунікації є практики взаєморозуміння, взаємодопомоги, саморозкриття, знайомств: «в мережі багато друзів та не тільки, готових відгукнутися на прохання про допомогу, надати консультацію або пораду, підтримати або хоча б зрозуміти та сказати добре слово. Це допомагає щодня долати якісь труднощі, шукати шляхи вирішення проблем, особливо в моїй роботі. Я працюю з дітьми, а своїх у мене немає і мені не вистачає досвіду. Будь-яке питання і через хвилину у відповідях багаторічний досвід мам. Це незамінно, коли відповіді шукати немає часу» (жінка, 24 роки); «щоденне спілкування приносить задоволення, радість, позитивні емоції вже тільки від того, що можна ділитися своїми думками, емоціями та почуттями, що ніколи не залишається без відповіді. Так само можна ділитися і негативом» (жінка, 28 років).

Користувачі демонструють відкритість до спілкування, бажання активно проявляти себе та демонструвати мережевій спільноті своє життя та одночасно слідкувати за її мережевим життям. Охоче створюють колективні діалоги, слідкують за новинами та діляться фотографіями, хочуть бути в курсі повсякденного життя онлайн-друзів, мережевих пліток. Вони демонструють потребу в комфортному та прозорому спілкуванні, відкрито обговорюють теми, які неможливо обговорити в реальному житті з великою



кількістю людей одночасно: світогляд, думки та роздуми, події з життя, ідеї тощо).

Користувачі даної групи отримують задоволення від перебування у мережевому просторі, від широкого спектру доступних та безкоштовних сервісів розваг, що дозволяють відволіктись від повсякденних справ, розслабитись, відпочити, отримати задоволення та покращити настрій. Зазначають, що у мережах необхідно зменшити кількість політичного контенту, який спричиняє конфліктні ситуації та поширення агресії. Крім того, кількість реклами у соціальних мережах викликає роздратування та постійно відволікає від спілкування.

Отже, вільні від залежності молоді люди ставляться до мережевої комунікації як до важливої частини життя, додаткового засобу для спілкування, розваг та відпочинку, а також джерела нової інформації та власного розвитку. Для них характерний вибір таких комунікативних практик, як дружба, самоосвіта, саморозвиток та самовдосконалення, самопідтримка, саморозкриття та самовираження, взаємодопомога та взаємопідтримка, мережева діяльність та відпочинок, обмін інформаційними повідомленнями.

**Групу 2** становить 29% усієї вибірки (передзалежні користувачі): 18,8% осіб віком 18-20 років, 71,2% молодих людей віком 21-30 років та 10% осіб віком 31-35 років, 47,5% жінок та 52,5% чоловіків.

Серед соціальних мереж користувачі обирають «Вконтакте» (63,7%), «Facebook» (37,5%), «Однокласники» (5%), інші (17,5%).

Термін користування соціальними мережами переважно складає 5-8 років (57,6%), 8-12 (28,7%), 3-5 років (12,5%), до 3 років (1,2%). Тривалість сеансу переважно становить 2-3 годин поспіль (40%), від 15-60 хвилин (30%) та рідше – 3-7 годин (16,3%), більше 8 годин (13,7%).

Кількість друзів у більшості користувачів становить 200-500 (30%), 100-200 (21,3%) та 500-1000 (20%), рідше до 100 (13,7%) або більше 1000 (15%). При цьому кількість контактів, з якими онлайн-комунікація

відбувається найчастіше становить 10-20 (35%) та до 10 (33,7%), рідше – з 20-50 (26,3%) та лише в декількох випадках більше, ніж з 50 онлайн-друзями (5%). Таким чином, велика кількість онлайн-друзів говорить про поверхневе сприйняття комунікації, прагнення згаяти час у соціальних мережах та відсутність конкретних цілей.

Відповіді респондентів на запитання про налаштування віртуального акаунту та можливості доступу до його даних здебільшого свідчать про те, що акаунт відкритий для загального доступу, однак без повного доступу до особистої інформації. Тобто вони зацікавлені не у якості мережних контактів, а у їх кількості, тому більш насторожено ставляться до мережної взаємодії, обмежуючи доступ до інформації про свою особистість. Вони також зазначали, що періодично перевіряють та активно наповнюють контентом сторінку. Особисті дані, зазвичай детально представлені на сторінці, найчастіше не змінюються або змінюються рідко.

Передзалежні користувачі під час перебування у соціальних мережах надають перевагу ігровій та діловій комунікативним практикам. Вони переважно обирають такі сервіси, як онлайн-ігри, обмін повідомленнями в ігрових командах, пошук онлайн-друзів, знайомства в іграх, генерування контенту (пости з акціями та пропозиціями для клієнтів, реклама), пошук клієнтів та ділових партнерів.

Молоді люди у віртуальному просторі прагнуть комунікації, вільної від контролю, зобов'язань та відповідальності. Тому вони надають перевагу ігровим та розважальним практикам, практикам відпочинку, знайомств. Мережева комунікація приваблює їх легкістю встановлення контактів, відсутністю зобов'язань та необхідності докладати зайві зусилля для нових знайомств. Вони цінують можливість запрошувати до спільної гри своїх онлайн-друзів та самостійно обирати коло спілкування. Про це свідчать такі відповіді респондентів: «мережеві ігри не мають конкретних задач, вони взагалі нескінченні. Вони допомагають мені відволіктися від сварок, важкого дня на роботі, поспілкуватися з друзями та одночасно розважитись, весело

провести час, розслабитись» (жінка, 23 роки); «ігрові знайомства ні до чого не зобов'язують, можна спілкуватися з усіма бажаними та одночасно не переживати про зовнішній вигляд, поведінку, вік, статус та посаду, місце роботи, всім це байдуже» (чоловік, 31 рік); «ігри в соціальних мережах додають безліч можливостей та створюють комфортні умови для знайомств, відпочинку, ніхто не напружує, лишається тільки визначитись, чого ти хочеш на даний момент. В залежності від настрою сам обираєш як саме проводити свій час, з ким, як і коли спілкуватись, чи спілкуватись взагалі. Усвідомлення того, що я маю вибір, на який ніхто не впливає, підвищує мені настрій» (чоловік, 26 років).

Більшість молодих людей у своїх відповідях зазначають, що мережеві онлайн-ігри здійснюють позитивний вплив на їх життя, розширюють та спрощують комунікацію, допомагають відволіктися від проблем, додають різноманіття, яскравих вражень та емоцій. Ігрове спілкування підвищує настрої, робить життя більш цікавим, не зважаючи на те, що воно не може повністю замінити реальне спілкування.

В процесі розгортання ігрової комунікативної практики користувачі через ідентифікацію з ігровими героями мають можливість створити самостійно свій віртуальний Я-образ. Через цей віртуальний образ здійснюється онлайн-взаємодія та відбувається самопрезентація, що дозволяє почуватися комфортно та впевнено, демонструвати ті риси та якості, які особистість хотіла б мати у реальному житті.

Під час ігрової онлайн-комунікації у користувачів соціальних мереж виникає потреба у спільній діяльності, в досягненнях, в увазі, у приналежності до групи. Гра об'єднує користувачів за інтересами. Люди, які виявляються не знайомими за межами інтернет-простору, не зважаючи на статус, посаду, місце роботи тощо, знаходять спільні точки перетину, що надає їм відчуття близькості, взаєморозуміння, взаємопідтримки, партнерства у команді: «можна більш вільно спілкуватися на роботі, не губитись по життю та зустрічатись, ближче знайомитись» (чоловік, 22 роки.); «з'явилися

цікаві теми для розмов зі старими друзями та нових знайомих стало значно більше. Під час особистих зустрічей ми також обговорюємо мережеві події, новини, ігри, стратегії та інші команди. Певне коло інтересів не завадить» (чоловік, 24 роки).

Крім того, в процесі ігрового спілкування користувачі порівнюють свої досягнення, своє життя з іншими користувачами: «хороший спосіб порівняти своє життя з життям реальних людей, хороший спосіб від цього засмутитися» (жінка, 28 років). З одного боку, це може викликати певні негативні емоції та знецінення своїх власних досягнень, а з іншого сприяти розвитку творчої активності, ініціативності, подоланню проблем у спілкуванні.

Зазначимо, що для передзалежних користувачів комунікативні практики в соціальних мережах набувають фонового характеру, що може стати першим сигналом розвитку адикції. При цьому той вид активності, якому індивід надає перевагу, з часом набуває все більшої цінності та значимості, зменшуючи інтерес до інших онлайн-сервісів та послуг. Вибір розважальних, ігрових практик під час перебування в соціальних мережах здійснюється з метою втечі від реальності, отримання позитивних емоцій, що допомагає знизити рівень напруги та переживань, відволіктись від проблем, урізноманіти своє життя.

Проте з розвитком залежності наслідки для користувачів зазвичай протилежні. З часом гра займає все більше місця у житті людини, формується потреба у позитивних емоціях та почуттях, які вона викликає. У разі відсутності можливості вийти в мережу у особистості виникає почуття тривоги, роздратованості, спостерігається підвищення рівня агресії. У свою чергу це негативно впливає на стосунки з близькими, провокуючи конфліктні ситуації, дистанціювання, що лише погіршує емоційний стан. В той же час онлайн-комунікація сприймається особистістю як основна мета, засіб вирішення її проблем.

Крім ігрових та розважальних практик, передзалежні користувачі також більше обирають практики самореалізації, діяльності. Віртуальна

комунікація відкриває додаткові можливості не лише для розкриття свого потенціалу, розширення кола знайомих, отримання задоволення та відпочинку, а й для реалізації своєї діяльності в режимі он-лайн.

В процесі розгортання інтернет-практик пріоритетним для молодих людей є генерування власного специфічного контенту для розвитку власного інтернет-бізнесу. Зазвичай їх профайл відіграє роль візитної картки та є необхідною умовою для оптимізації діяльності сучасних онлайн-підприємців. Як правило, він є відкритим для доступу всіх бажаючих користувачів, на ньому можна знайти основні контакти власника сторінки. Відсутня практично вся інформація особистого характеру, натомість акаунт активно наповнюється контентом інформаційного та рекламного характеру, що описує специфіку діяльності та привертає увагу клієнтів.

Для привернення уваги конкретної цільової аудиторії мережеві підприємці створюють різноманітні відеозаписи, розміщують фото, запрошують до власних тематичних груп, де обмінюються досвідом та бізнес-ідеями, спілкуються з клієнтами. В процесі розгортання комунікативних практик серед мережевих підприємців розповсюдженими є практики взаємопідтримки та співпрацювання, що реалізуються за допомогою «лайків», репостів записів, фотографій, позитивних відгуків та коментарів тощо.

Практикування онлайн-співробітництва та взаємодопомоги у кіберпросторі сприяє оптимізації ведення онлайн-бізнесу, налагодженню перспективних та корисних контактів, пошуку шляхів розв'язання різноманітних конфліктних ситуацій, зокрема, розповсюдженню інформації про недобросовісних підприємців або клієнтів-шахраїв. Як наслідок, покращуються умови розгортання комунікативних інтернет-практик, в яких користувачі довіряють один одному та відчувають себе у безпеці, що сприяє підвищенню ефективності мережевої комунікації та діяльності.

У своїх відповідях користувачі даної групи зазначають, що соціальні мережі значно спрощують комунікацію з клієнтами: «зручно шукати клієнтів

через спільні контакти, сторінка стала моєю візитною карткою, на якій можна знайти актуальні приклади моєї роботи, відгуки клієнтів, мої контакти» (жінка, 30 років); «поєдную роботу та спілкування, серед мережних друзів є також мої друзі та знайомі, яких я знаю поза мережним простором, однак ми рідко спілкуємось через мережу, частіше все ж з клієнтами. Спілкування «Вконтакті» обмежується «лайками», репостами, позитивними відгуками та рекомендаціями. Таким чином я знайшла перших клієнтів, з цього почалась моя робота у соціальній мережі» (жінка, 22 роки).

Мережеві підприємці розуміють цінність часу, особливо в умовах його постійного дефіциту, тому важливу роль у процесі розгортання комунікативних практик для них відіграє можливість оперативної та змістовної відповіді на повідомлення клієнтів. Це є особливо значимою перевагою в умовах великої конкуренції. Крім того, мережі створюють додаткові можливості для розгортання онлайн-практик між користувачами не лише з одного регіону, а й з усього світу. У цьому випадку особливо важливе значення має нетикет. З метою уникнення непорозумінь та конфліктних ситуацій між представниками різних культур власники віртуальних акаунтів детально та зрозуміло прописують на своїх сторінках правила та норми мережевої комунікації та наслідки їх порушень.

Втім, користувачі часто не дотримуються зазначених вимог та не виконують умов домовленості, зловживаючи відсутністю повноцінних покарань у мережевому просторі. Тому актуальним стає питання конструктивної організації онлайн-простору підприємців та створення сприятливих умов для відкритої та довірливої комунікації, що сприятиме підвищенню ефективності процесу розгортання комунікативних інтернет-практик та зростанню рівня довіри користувачів до мережевого простору.

Отже, метою передзалежних користувачів в процесі мережевої комунікації є внесення різноманіття у власне життя, отримання позитивних емоцій та покращення настрою, які вони реалізують шляхом практик встановлення нових контактів та онлайн-знайомств. Вони схильні до

конкуренції з іншими користувачами, прагнуть досягати певних результатів та демонструвати свої досягнення. Крім того, в соціальних мережах вони цінують відсутність зовнішнього контролю, зобов'язань та свободу вибору.

Передзалежні молоді люди звертаються до мережевого простору переважно з метою організації та розвитку власної мережевої діяльності. Крім того, для відпочинку та розваг, гармонізації своєї емоційної сфери, зокрема, у періоди переживання певних психологічних станів, що супроводжуються пригніченим настроєм, стурбованістю, особистими негараздами у повсякденному житті. З метою поліпшення власного самопочуття користувачі активно практикують взаємодопомогу, взаємопідтримку, самодемонстрацію, відволікання, онлайн-ігри, обмін повідомленнями, розваги та відпочинок за допомогою різноманітних онлайн-сервісів: фільмів, фотографій, онлайн-ігр, обміну повідомленнями з онлайн-друзями тощо.

*Групу 3* складає 8% респондентів (залежні користувачі): 36,4% осіб віком 18-20 років, 40,9% молодих людей віком 21-30 років та 22,7% віком 31-35 років, 81,8% жінок та 18,2% чоловіків.

Серед соціальних мереж користувачі обирають «Вконтакте» (63,6%), «Facebook» (50%), «Однокласники» (18,1%), інші (18,1%).

Порівнюючи групи користувачів з різним рівнем захопленості мережевим простором, спостерігається наступна тенденція. Представники всіх груп надають перевагу користуванню соціальної мережі «Вконтакте», а найбільше – вільні користувачі (71,8%). На нашу думку, це пояснюється прагненням молодих людей до розваг, зокрема, прослуховування музики, обміну аудіо- та відеоконтентом з онлайн-друзями, мультимедійними повідомленнями тощо. Дана соціальна мережа характеризується вибором зручних для цього онлайн-сервісів, наявністю аудіоконтенту, музики тощо.

Практично в однаковій мірі вільні від залежності та передзалежні користувачі схильні до вибору соціальної мережі Facebook (37% та 37,5%), у

той час як адикти переважно користуються «Facebook» (50%) та «Однокласники» (18,1%). Результати відображено на рис. 3.10.

Користувачі усіх груп також активно обирають інтернет-мережі, в яких обмін візуальною інформацією є пріоритетним: Instagram, Skype, Viber. Вони найбільш зручні для відеозв'язку та користуються популярністю як додатковий засіб для спілкування у зв'язку з відсутністю даної функції в інших мережах. Завдяки даним сервісам користувачі отримують можливість візуального контакту, який певним чином компенсує відсутність фізичної представленості співрозмовників, обмежені можливості для вираження емоцій та почуттів.

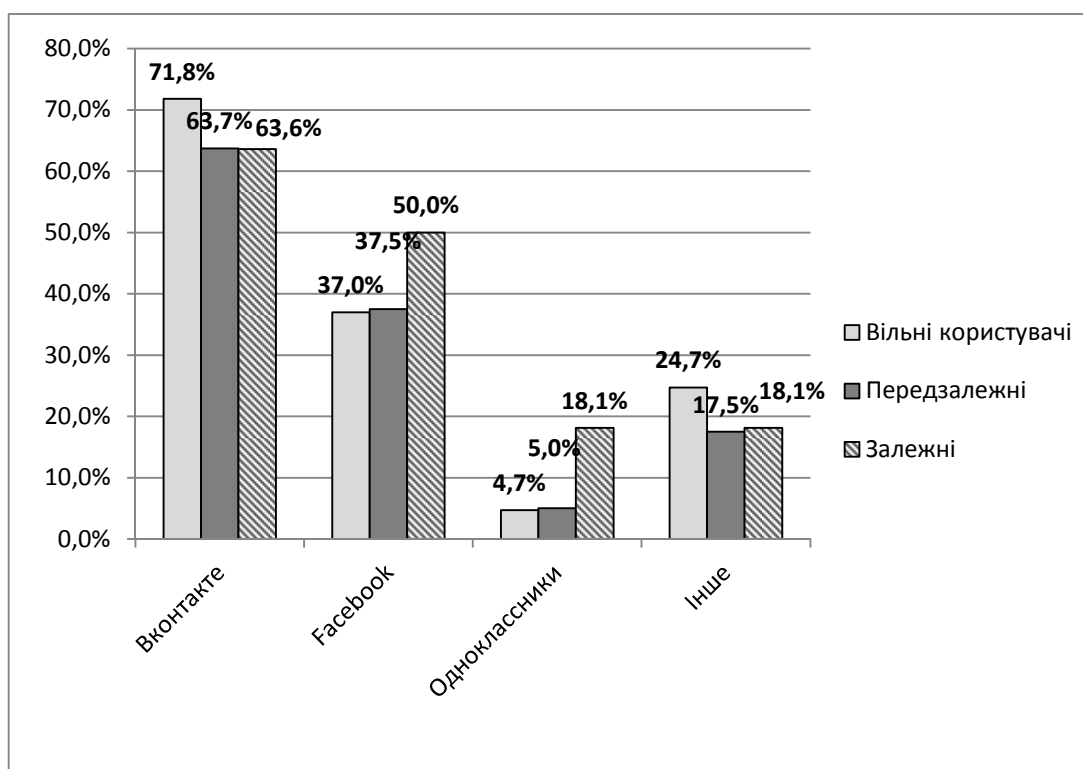


Рис. 3.10. Вибір соціальних інтернет-мереж молоддю залежно від інтенсивності користування соціальними мережами (%)

Термін користування соціальними мережами переважно складає 5-8 років (72,7%), 8-12 років (22,7%), 3-5 років (4,5%). Менше 3 років користування мережами не було відмічено жодного респондента. Як ми бачимо на рис. 3.11., адикти користуються соціальними мережами здебільшого 5-8 років з



невеликою кількісною перевагою порівняно з іншими користувачами 72,7% порівняно з 56,5% та 57,5%.

Як бачимо, вільних користувачів виявилось найбільше серед тих молодих людей, які користуються мережами до 3 років (4,7%). Передзалежні користувачі демонструють незначну перевагу у терміні користування 8-12 років (28,7%). Залежні користувачі переважно користуються мережами від 5 до 8 років (72,7%). Проте в цілому переважна кількість користувачів вже добре знайома з соціальними мережами та має великий досвід мережевої комунікації. Це говорить нам про те, що термін користування соціальними мережами певною мірою може бути чинником, що сприяє розвитку залежності від останніх. Молоді люди вже мають необхідні навички та знання щодо особливостей мереж, звичну та всім відому віртуальну сторінку, стабільні контакти, яким вони довіряють та зручні налаштування для найбільш ефективного проведення часу он-лайн.

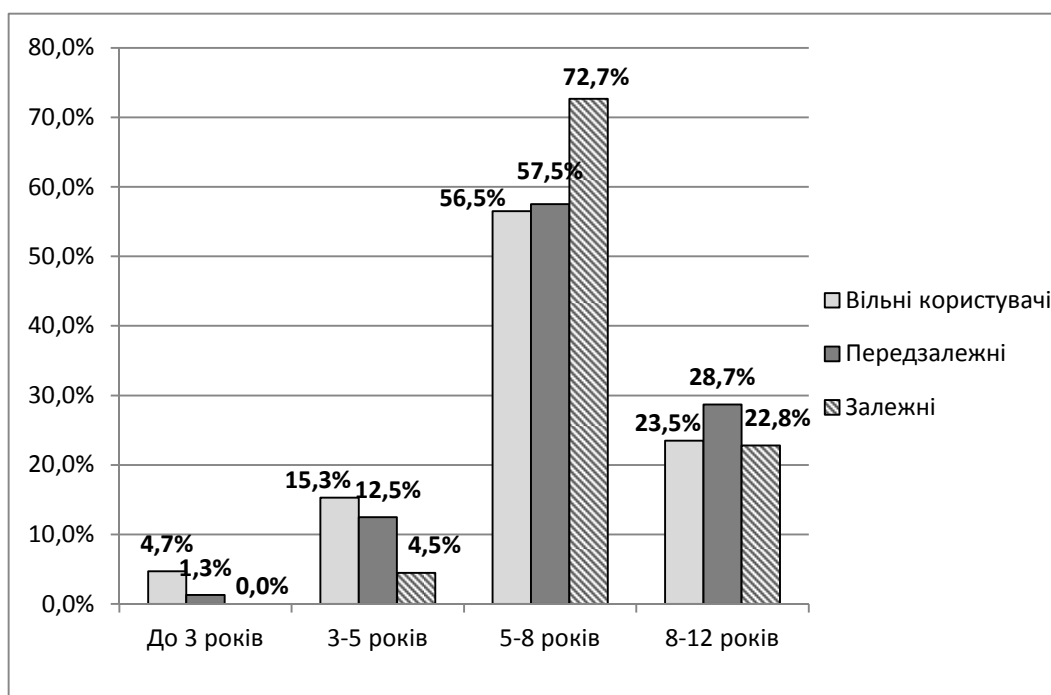


Рис. 3.11. Терміни користування молоддю соціальними мережами залежно від інтенсивності користування ними (%)

Тривалість сеансу користування соціальними мережами переважно становить 2-3 годин поспіль (45,4%), 3-7 годин (32%) та рідше – від 15-60

хвилин (13,6%) та більше 8 годин (9%). Отже, порівняно з іншими користувачами (рис. 3.12.), адикти найбільше схильні проводити он-лайн від 3 до 7 год на день (32%) та 1-3 години (45,4%). Зазначимо, що залежні користувачі менше, ніж інші групи респондентів проводять у мережі більше 8 годин. Це може свідчити про те, що під час робочого дня молоді люди відволікаються від повсякденних справ, діяльності або навчання, що певним чином позначається на їх ефективності. За допомогою комунікативного онлайн-простору вони прагнуть отримати позитивні емоції, підняти собі настрій, урізноманітнити своє життя.

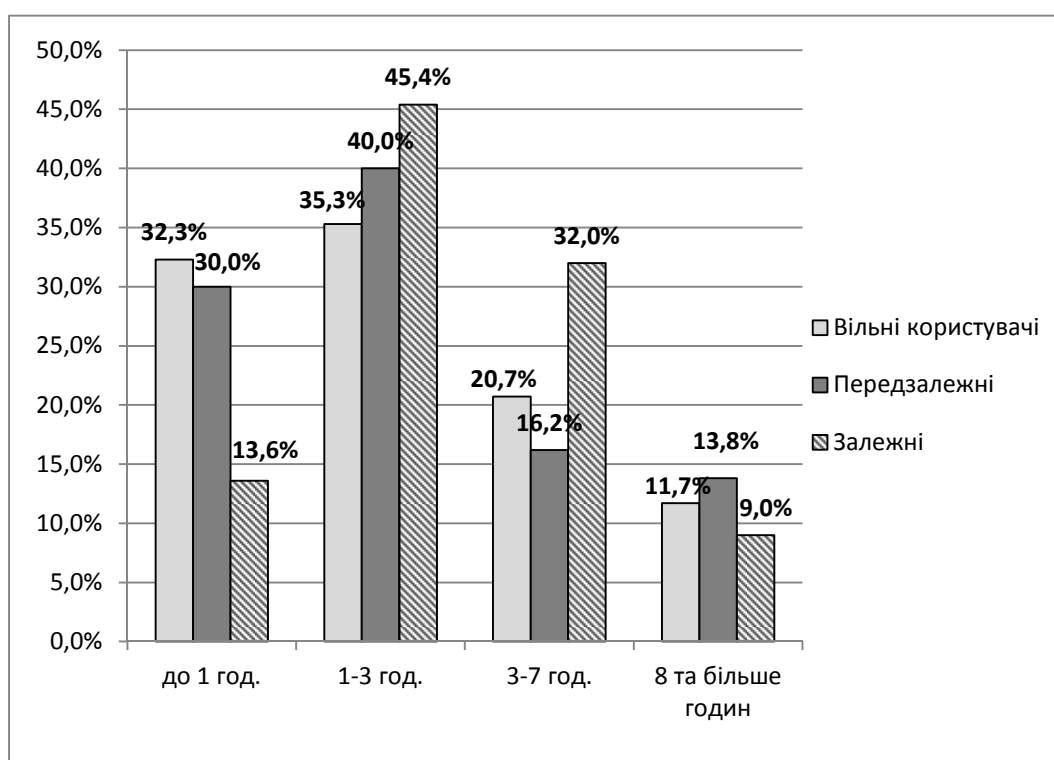


Рис. 3.12. Тривалість сеансів користування соціальними мережами залежно від інтенсивності користування ними (%)

Кількість друзів у більшості залежних закористувачів становить 200-500 (54,5%), 100-200 (18,2%) та 500-1000 (18,2%), більше 1000 (9%). Як ми бачимо, серед усіх груп респондентів для них найбільше характерна середня кількість віртуальних контактів (рис. 3.13.). В той же час, жоден із залежних респондентів не має менше 100 та більше 1000 друзів порівняно з вільними та передзалежними користувачами.

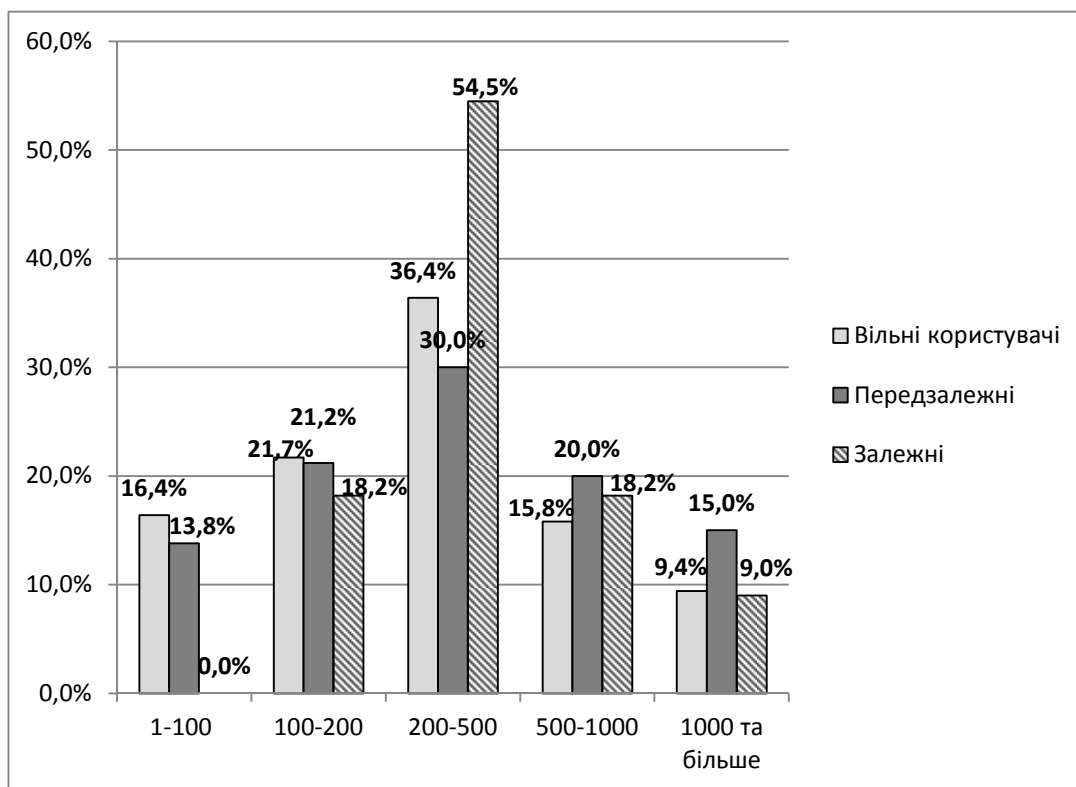


Рис. 3.13. Кількість мережевих друзів у користувачів соціальних мереж залежно від інтенсивності користування ними (%)

Тобто вони уникають крайнощів у віртуальній комунікації та прагнуть балансу між якістю та кількістю мережних друзів. Молоді люди бажають обмежувати себе добре знайомими та перевіреними контактами, яким можна довіряти. Цим пояснюються також особливості налаштування віртуального акаунту, а саме обмежений доступ до нього інших користувачів. При цьому особиста інформація, зазвичай не представлена детально на сторінці та рідко змінюється.

Закономірно, що кількість регулярних контактів, з якими онлайн-комунікація відбувається повсякденно становить переважно до 10 (27,2%) та до 20 (27,2%), 20-50 складає найбільше осіб (45,6%). Більше, ніж з 50 контактами адикти регулярно не спілкуються (рис. 3.14.). Як ми бачимо, порівняно з іншими користувачами, залежні молоді люди мають велике коло спілкування та, зокрема, більшість з них має від 20 до 50 друзів для повсякденної онлайн-комунікації.

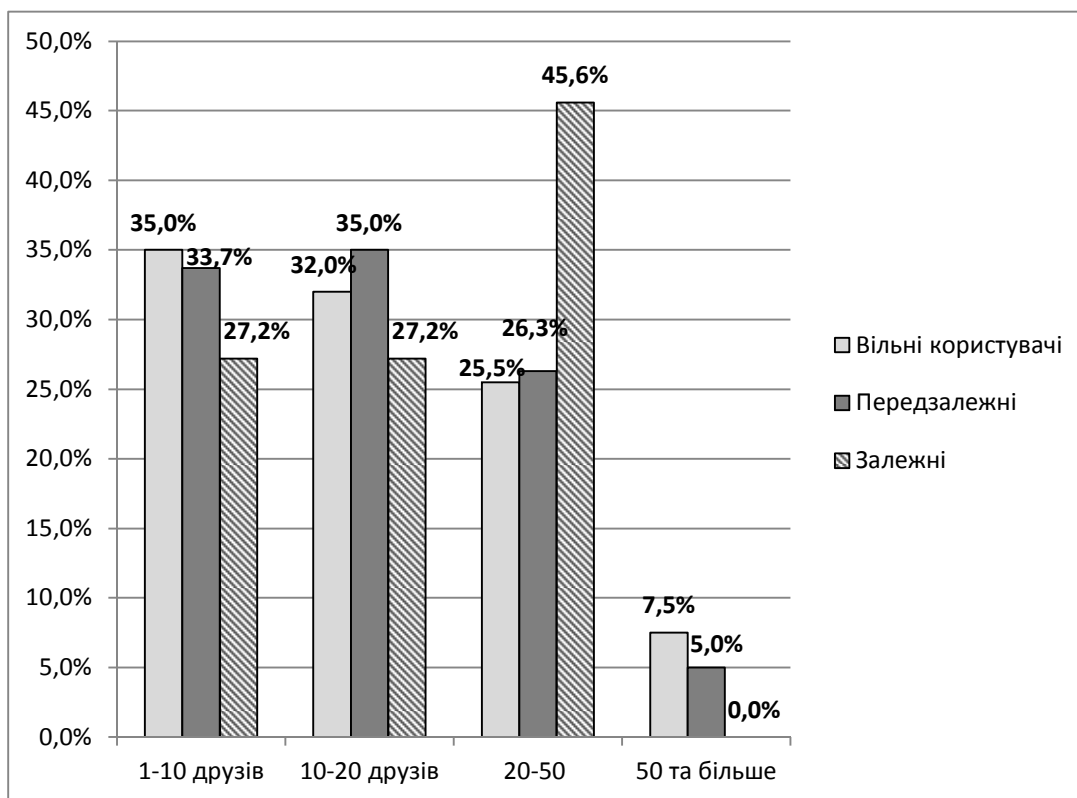


Рис. 3.14. Кількість регулярних контактів користувачів соціальних мереж залежно від інтенсивності користування ними (%)

Незважаючи на те, що залежні користувачі не виявляють довіри до мережевої спільноти в цілому, особистий комунікативний простір вони організують ретельно підбираючи друзів. Вони докладають багато зусиль для створення безпечних умов комунікації та забезпечують таким чином відкриті, довірливі відносини між користувачами в межах власної віртуальної сторінки. Це пояснює відсутність у них прагнення до цілеспрямованого пошуку та встановлення нових контактів, оскільки вони бажають підтримувати комунікацію з уже знайомими друзями.

Адикти переважно обирають коментувальну практику (45,6%), інформаційну (13,6%), ігрову (13,6%) та розважальну (13,6%), ділову (13,6%). Серед онлайн-сервісів вони надають перевагу новинам, пошуку інформації та коментуванню. В процесі розгортання комунікативних практик пріоритетним для себе користувачі вважають створення безпечних умов для власної комунікації шляхом обмеження доступу до свого акаунту, введення

вікових та інтелектуальних тестів при реєстрації користувачів. Це говорить про вибірковість у контактах даної групи респондентів, потребу у безпеці та додатковому захисті. Вони вбачають у таких заходах можливість зниження певних ризиків та негативних наслідків онлайн-комунікації при можливих мережеских знайомствах.

Аналізуючи особливості користування соціальними мережами користувачів з різним рівнем мережної захопленості були виявлені статистично значущі відмінності за критерієм критерій  $\chi^2$  Пірсона. Дані представлено у додатку Б1.

У своїх відповідях респонденти пропонують створити окремі соціальні мережі для дітей та підлітків. З метою збереження доступу до профайлу в разі блокування, злому сторінки, різноманітної шкоди з боку інших користувачів, вони створюють резервні акаунти, що свідчить про їх недовіру до віртуального світу та його користувачів, про бажання контролювати умови свого перебування в мережі, захищати власний комунікативний простір.

В цілому інтернет-мережі дозволяють особистості почувати себе захищеною від світу поза їх межами, однак адикти прагнуть додаткового захисту, відповідних налаштувань, що створюють комфортні для них умови комунікації.

В той же час, вони уникають близьких, романтичних знайомств у мережі. Вони вважають такі знайомства небезпечними та ризикованими для себе. Тому вони надають перевагу передбачуваним та звичній комунікації з перевіреними, надійними та добре знайомими людьми, або ж навпаки, не тривалим, поверхневим контактам, випадковим знайомствам.

Це може пояснювати їх вибір практики коментування, що передбачає спілкування без близького знайомства, зобов'язань, емоційного включення. Таке спілкування надає їм можливість на деякий час відволіктись від повсякденних проблем, забути про життєві негаразди та не брати на себе зайвої відповідальності. Однак уникання проблем не сприяє їх вирішенню у

реальності, до якої користувачі повертаються після онлайн-комунікації та від якої бажають знову повернутися до мережевоно простору.

На перший план виходить потреба у висловленні та відстоюванні власної позиції, донесенні та доведенні своїх думок до мережевої спільноти, що реалізується через ведення дискусій у коментарях. В процесі розгортання комунікативних практик статусні, просторові та часові обмеження втрачають свою значимість, натомість, набуває значення самовираження, генерування власних ідей та поглядів. Важливу роль в цьому процесі відіграють практики взаємопідтримки, наприклад, репости, лайки, що активно використовують користувачі соціальних мереж

З іншого боку, комунікативні практики адиктів часто набувають деструктивного характеру, що знижує ефективність віртуальної комунікації та виражається у конфліктному, агресивному характері повідомлень, обміну особистісними образами та звинуваченнями, порушенні правил мережевого етикету.

У своїх відповідях респонденти відмічають негативний вплив агресії інших користувачів (інтернет-тролів) на мережеву комунікацію: «Товпи злих та невдоволених «тролів» просто знущаються над нормальними людьми та користуються тим, що їм ніхто нічого не зробить. От за таку поведінку я б одразу блокувала їи доступ» (жінка, 26 років); «Страница в сети это мое второе лицо. Над ней я работаю, как и над собой, вкладываю силы, время. Уже не представляю своей жизни без нее. Несколько раз сталкивалась с взломом и кражей фотографий, моих авторских статей, неоднократно с троллингом и негативом. Каждый раз буря эмоций. Часто тролли так просто не оставляют в покое даже по исчерпанию конфликта. Постят твои записи и троллят их уже у себя на страницах, пока не примет меры администрация сайта. И несколько дней приходится терпеть. Но нужно обращать больше внимания на плюсы социальных сетей и игнорировать негатив» (жінка, 30 років).

Зрозуміло, що в умовах нестабільної соціально-економічної та політичної ситуації в країні користувачі віртуального простору прагнуть вільно та безкарно виражати, аргументувати та часто нав'язувати й відстоювати свою точку зору стосовно актуальних подій у світі, країні тощо.

Однак переважно користувачі, залежні від соціальних мереж демонструють бажання висловлювати свою думку та при цьому відчувати себе у безпеці, обмежуючи доступ інших користувачів до свого акаунту за допомогою спеціальних налаштувань приватності. Вони вважають за потрібне також обмежити інших в можливості коментувати записи, не бажаючи сприймати критику, осуд, інші негативні реакції на свої повідомлення. В той же час власну критику на адресу інших вони вважають доречною.

Більшість користувачів даної групи влаштовують ті сервіси та мережеві додатки, що доступні у обраних ними соціальних мережах. Вони зазначають, що витрачають багато часу на комунікацію, однак не бажають скорочувати час перебування онлайн. Натомість у відповідях вони акцентують увагу на бажанні припинення віртуальної комунікації у майбутньому за допомогою такої радикальної міри як видалення профайлу.

Молоді люди, що виявляють ознаки залежності від соціальних мереж, відмічають відсутність контролю над власним життям, однак вважають, що у віртуальному просторі у них більше можливостей для цього: «ми мало що можемо контролювати у своєму житті, але нам здається, що у мережах це вдається, і ми стаємо залежними від того враження, яке нам необхідно справляти на людей, постійно нагадувати про себе» (жінка, 29 років).

Таким чином, в процесі розгортання комунікативних інтернет-практик, у адиктивних молодих людей, окрім прагнення до самовираження простежується бажання суцільного контролю комунікативного простору соціальних мереж та мережевої спільноти.

На відміну від попередніх груп респондентів, адикти демонструють потребу у психологічній захищеності, безпеці, передбачуваності та контролю

процесу комунікації. Крім того, у них спостерігається звуження кола інтересів та мотивів перебування онлайн, що свідчить про їх недовіру до онлайн-простору та мережевої спільноти. Вони докладають чимало зусиль для створення таких умов розгортання комунікативних практик у віртуальному просторі, в яких відчують стабільність та комфорт. Вони обмежують доступ до свого акаунту сторонніх користувачів, оточують себе перевіреними та надійними контактами.

Свою активність у процесі розгортання комунікативних практик вони переважно спрямовують на пошук інформації, самовираження та висловлення власних думок щодо неї, демонструючи тим самим власну активність, бажання бути в центрі уваги. Молоді люди обирають широкий спектр онлайн-сервісів (новини, фотографії, пошук інформації, обмін аудіо-та відеозаписами, обмін повідомленнями), однак в процесі комунікації надають перевагу коментуванню.

Зазначена комунікативна практика стає пріоритетною у зв'язку з важливою для них можливістю вільного висловлення власної позиції та донесенні своїх думок до широкої аудиторії. Це говорить про потребу користувачів даної групи у самовираженні, у прийнятті, розумінні та підтримці, яку вони отримують від мережевої спільноти в процесі розгортання комунікативних інтернет-практик.

Узалежнені молоді люди конструюють свій мережевий образ у більш закритому, анонімному форматі. Вони оточують себе перевіреними та добре знайомими людьми, з якими комунікація відбувається у безпечному форматі. Про їх недовіру до інших та відсутність бажання демонструвати свій внутрішній світ свідчить приховування своїх соціальних характеристик, обмеження доступу до свого акаунту, убезпечення себе від небажаних коментарів.

Це пояснюється прагненням уникнути переживань, що можуть негативно вплинути на їх самопочуття та емоційний стан. Тому нові віртуальні знайомства адиктами уникаються, часто ініціативу в такому



випадку беруть на себе інші користувачі. При цьому встановлення контактів є здебільшого ситуативними та нетривалими.

З іншого боку, обмежений доступ до сторінки та анонімність дозволяють актуалізувати певні страхи, що мають місце у комунікації та надають можливість відвертого висловлення особистого ставлення щодо певних подій.

Оскільки одним з основних мотивів перебування у соціальних мережах залежної молоді є коментування записів мережеских друзів, то домінуючою потребою у адиктів стає висловлення власної позиції, вільне вираження своїх думок. В той же час, зважаючи на домінування іншого мотиву, а саме самоутвердження, віртуальна комунікація часто реалізується за рахунок інших користувачів, що може призвести до виникнення конфліктних ситуацій, непорозумінь.

Часто оцінки та думки можуть бути виражені користувачами в доволі різкій формі. Це може бути свідченням прихованої агресії, несвідомого прагнення самоствердження шляхом приниження інших користувачів. Через таку поведінку в процесі комунікації можуть виникати ситуації флуду, флейму, тролінгу, сперечань та різноманітних конфліктів, що шкодить ефективній взаємодії користувачів у мережевому просторі (рис. 3.15.).

Таким чином, узалежнені молоді люди знаходять свій спосіб самовираження, часто порушуючи для цього встановлені у віртуальному просторі норми та правила мережної взаємодії, спрямовуючи всю активність на перебування в соціальній мережі та уникаючи відповідальності за створення конфліктних ситуацій.

Однак в той же час залежні користувачі демонструють високий рівень мережної активності, ефективною мережної взаємодії, бажання до самовираження та саморозкриття за умови відчуття безпеки та дотримання чітких меж приватності в процесі розгортання комунікативних практик.



Рис.3.15. Комуникативні практики узалежненої від соціальних мереж молоді

В результаті дослідження комуникативних інтернет-практик користувачів із різним рівнем захопленості соціальними мережами нами було виявлено

специфіку практик вільних від залежності молодих людей та схильних до залежності. Отримані результати представлено нижче.

Таблиця 3.3.

Особливості користування молодими людьми соціальними  
інтернет-мережами

Категорії та одиниці аналізу	Формальні ознаки одиниць аналізу (відповіді на питання)	Користувачі соціальних мереж			
		Вільні	Передзалежні	Залежні	$\chi^2$ ( $p \leq 0,001$ )
Термін користування соціальними мережами	-Відносно недавно (до 3 років)	4,7%	1,3%	0,0%	184,441
	-Недавно (3-5 років)	15,3%	12,5%	4,5%	
	-Давно (5-8 років)	56,5%	57,5%	<b>72,7%</b>	
	-Дуже давно (8-12 років)	23,%	28,7,%	22,8%	
Тривалість сеансу	- до 1 год.	32,3%	30,0%	13,6%	40,382
	- 1-3 год. поспіль	35,3%	40,0%	<b>45,4%</b>	
	- 3-7 годин	20,7%	16,2%	32%	
	- 8 та більше годин	11,7%	<b>13,8%</b>	9,0%	
Вибір пріоритетної соціальної мережі	«Вконтакте»	<b>71,8%</b>	<b>63,7%</b>	<b>63,6%</b>	-
	«Facebook»	37,0%	37,5%	50%	
	«Однокласники»	4,7%	5%	18,1%	
	Інше (Youtube, Instagram, Skype, Viber)	24,7%	17,5%	18,1%	
Кількість онлайн- друзів	- 1-100	16,4%	13,8%	0,0%	51,493
	- 100-200	21,7%	21,2%	18,2%	
	- 200-500	36,4%	30%	54,5%	
	- 500-1000	15,8%	<b>20%</b>	18,2%	
	-1000 і більше	9,4%	15%	9,0%	
Кількість друзів для регулярної комунікації.	- до 10	35%	33,7%	27,2%	56,441
	- 10-20	32%	35%	27,2%	
	- 20-50	25,5%	26,3%	<b>45,6%</b>	
	- 50 і більше	7,5%	5,0%	0,0%	

Таблиця 3.4.

Характеристика комунікативних інтернет-практик користувачів, що користуються соціальними мережами з різною інтенсивністю

Критерії	Користувачі соціальних мереж		
	<i>Вільні</i>	<i>Передзалежні</i>	<i>Залежні</i>
<b><i>Когнітивний компонент</i></b>			
Ступінь відкритості (налаштування та наповненість сторінки контентом)	Відкритість, дистанціювання	Відкритість	Закритість
Значимість онлайн-комунікації у реальному житті	Відіграють важливу роль	Відіграють важливу роль	Відіграють важливу роль
Рівень усвідомлення впливу віртуальної комунікації на життя	Свідоме ставлення, переосмислення	Несвідоме ставлення	Несвідоме ставлення
Ставлення до власної захопленості мережами	Позитивно-негативне	Нейтральне, амбівалентне	Нейтральне
<b><i>Емоційний компонент</i></b>			
Інтенсивність емоційного включення	Помірне, експресивне	Експресивне, помірне	Експресивне, байдуже
Спосіб вираження емоцій та почуттів	Стриманість	Імпульсивність, демонстративність	Імпульсивність, образливість, демонстративність
Емоції та почуття	Інтерес, уважність	Захопленість, інтерес, азарт	Байдужість, незадоволеність
<b><i>Поведінковий компонент</i></b>			
Стратегія поведінки	Помірна активність, конструктивність, відкритість, відповідальність	Підвищена активність, конструктивність-деструктивність, відкритість, часткова відповідальність	Підвищена активність-пасивність, деструктивність, закритість, безвідповідальність
Мережеві практики	Інформаційна, розважальна	Розважальна, ділова, ігрова	Коментувальна
Комунікативні інтернет-практики	Практики взаєморозуміння, взаємопідтримки, взаємодопомоги, розважальні, практики дружніх відносин, саморозкриття, розвитку та самовдосконалення	Практики самопідтримки, взаємопідтримки, взаємодопомоги, діяльності, відпочинку та відволікання, розважальні, практики знайомств, самодемонстрації	Практики деструктивні, самоутвердження, уникання, самовираження, самозаспокою-вання

Таким чином, комунікативні інетрнет-практики вільних від мережевої залежності користувачів характеризуються відкритістю, гнучкістю, передбачуваністю та стабільністю. В той же час для комунікативних практик даної групи користувачів характерне велике різноманіття, розвиток та постійна змінюваність, наповнення новим конструктивним змістом. В процесі розгортання комунікативних практик у молодих людей актуалізуються такі потреби, як самопізнання, саморозвиток, розширення меж комунікативного простору та самостійна організація власного життєвого простору.

Таблиця 3.5.

Потреби особистості, що задовольняються у соціальних мережах

Критерії	Користувачі соціальних мереж		
	<i>Вільні</i>	<i>Передзалежні</i>	<i>Залежні</i>
Актуалізація потреб	Організація життєвого простору; Розширення меж комунікативного простору; Потреба у самопізнанні; Потреба у саморозвитку	Розширення меж комунікативного простору	Забезпечення безпеки; Потреба у самореалізації
Перспективи онлайн-комунікації у майбутньому	Прагнення до змін у собі; Прагнення до змін у мережевому просторі	Прагнення до змін в інших; Прагнення до змін у мережевому просторі	Прагнення до стабільності; Прагнення до змін в інших; Прагнення до змін та у світі

Комунікативні практики передзалежних молодих людей також є відкритими та різноманітними, однак, на відміну від вільних користувачів, характеризуються фоновим характером та слугують не просто доповненням, а часто замінюють спілкування у реальному житті. В той же час вони носять більше формальний, поверхневий та демонстративний характер. В процесі розгортання практик у користувачів знижується потреба у самопізнанні та власному розвитку, натомість актуалізуються такі потреби, як розширення меж повсякденної комунікації та організація власного комунікативного простору у соціальних мережах.

На відміну від попередніх груп користувачів, комунікативні практики залежних від соціальних мереж користувачів характеризуються підвищеною агресією, відчуженістю, конфліктним, захисним та компенсаторним характером, що може призвести до деструктивних змін комунікації в реальному житті та в цілому позначитися на психологічному благополуччі та якості життя особистості. В процесі мережевої комунікації у адиктів актуалізуються потреби до самовираження, самоактуалізації, самоутвердження та підвищення самооцінки, а також до контролю власного комунікативного простору, забезпечення умов для безпечної комунікації.

Таким чином, підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок про те, що комунікативні інтернет-практики користувачів з різним рівнем захопленості соціальними мережами мають певні відмінності, що полягають у наповненні комунікації різним змістом, ступені емоційної включеності та способах вираження емоцій та почуттів між користувачами, актуалізації різних потреб в процесі мережної комунікації, мережевому Я-образі, специфіці організації власного комунікативного простору та рівні значимості комунікації у соціальних мережах на повсякденне життя.

### **3.3. Соціально-психологічні рекомендації із профілактики залежності користувачів від соціальних мереж та шляхів оптимізації мережної комунікації**

Актуальність проблеми профілактики адикції від соціальних мереж пояснюється їх стрімким поширенням, проникненням практично у всі сфери життєдіяльності та набуттям популярності, особливо серед молоді. Згідно до отриманих результатів нашого дослідження, залежними від соціальних мереж виявилось 8% та 29% передзалежних молодих людей віком від 18 до 35 років, і можна припустити, що кількість адиктивних користувачів постійно зростає.

Очевидно, що соціальні мережі надають широкі можливості для самовираження, створення бажаного образу, однак не менш важливим є усвідомлення користувачами власної впевненості, захищеності, безпеки, анонімності, контролю розвитку подій, що є недосяжним в процесі спілкування у реальності. Однак умови, що створюють ілюзію комфорту під час перебування користувачів в мережному просторі, разом з тим вимагають від них значних ресурсів, спрямованих на обмежене знаходження в ньому.

Слід зазначити, що залежність від соціальних мереж не вважається в науковому світі хворобою. Вона також не визнається офіційною медициною як психічний розлад і не є включеною до Міжнародного статистичного класифікатора хвороб. Мережева адикція вважається певним розладом, що виражається у порушенні поведінки посередництвом мережевого простору.

При тривалому та неконтрольованому перебуванні в соціальних мережах кіберпростору спостерігаються зміни *психологічного стану* користувачів (роздратованість, спалахи гніву, тривожність, замкнутість у собі, апатія, часті зміни настрою, зниження стресостійкості тощо), *фізичного стану* (хронічна втома, зниження зору та працездатності, проблеми зі сном, нерегулярні прийоми їжі, болі у шії та спині, розвиток захворювань опорно-рухового апарату), *психофізіологічного стану* (порушення функціонування головного мозку, а саме погіршення процесів мислення, пам'яті, концентрації уваги) [25; 83; 87; 107; 110; 136; 167; 173].

В результаті нашого дослідження ми з'ясували, що адикти виявляють незадоволеність реальним життям. Вони мають потреби у самовираженні та самоствердженні, визнанні, соціальній підтримці. Відповідно, провідними потребами у них виступають можливість бути почутим та прийнятим іншими, мати співбесідників, які їх розуміють та підтримують, забезпечити власний вплив на мережеву спільноту, а також стабільну, довірливу та передбачувану комунікацію.

Комунікативні інтернет-практики uzалежнених молодих людей відрізняються конфліктним, агресивним та провокативним характером, що

шкодить ефективній взаємодії користувачів у мережевому просторі. Крім того, змін зазнають навички реальної комунікації, знижується рівень грамотності та зазнає певних обмежень словниковий запас, звужується коло інтересів. Виникають проблеми у професійній та навчальній діяльності, плануванні та розподіленні часу, непорозуміння та труднощі у спілкуванні з реальними людьми (колегами, знайомими, близькими та родичами).

Молодими людьми знецінюється реальність в цілому з її проблемами, комунікацією та організацією життєвого простору. Натомість віртуальне життя та онлайн-взаємодія набувають все більшої значимості. Таким чином, змінюється система цінностей залежної особистості, здатність планувати свій час, свою діяльність та життя, внаслідок чого знижується його якість. Тому очевидною є важливість та необхідність попередження розвитку залежності від соціальних мереж у молоді.

В залежності від цільової аудиторії (студенти, безробітні та працюючі, матері, що перебувають в декретній відпустці тощо), робота з молодими людьми може проводитися за допомогою систематичного використання таких *профілактичних методів*, як бесіди, тестування, тренінги, семінари, ігри, круглі столи, підготовка та розповсюдження соціальної реклами, просвітницька діяльність, зокрема, в мережевому просторі тощо.

Під *профілактикою адикції від соціальних мереж* у молоді ми розуміємо комплекс соціально-психологічних заходів та рекомендацій, спрямованих на попередження появи та прогресування залежності. **Основною метою профілактичного впливу** є усвідомлення шкоди та негативних наслідків від постійного перебування онлайн та розвиток у молодих людей почуття відповідальності за себе та свою поведінку як у мережі, так і в реальності, а також розвиток навичок саморегуляції.

Основними *принципами профілактичної роботи*, які мають сприяти успішному вирішенню особистістю певних проблем із залежністю від соціальних мереж, на нашу думку є такі:



- Принцип попередження розвитку адикції, який передбачає проведення завчасних профілактичних дій, роботу над адаптацією молодих людей до сучасного інформаційного суспільства та формування культури безпечного використання інформаційно-комунікативних технологій;

- принцип індивідуальності, що полягає в індивідуальному підході до суб'єктів профілактичного впливу та пошук найбільш оптимальних шляхів впливу для кожного учасника процесу;

- принцип відповідальності. Полягає у тому, що учасники процесу усвідомлюють необхідність, важливість та серйозність профілактичної роботи для формування здатності контролювати час перебування в соціальних мережах, нести відповідальність за свою поведінку та дії, що сприятиме випрацюванню навичок ефективного та раціонального користування ресурсами інтернет-простору, позбавленого ознак мережної залежності. Передбачає опору особистості на власті здібності та можливості, самостійне прийняття рішень, свідому постановку цілей, планування життєвих задач на майбутнє, усвідомлення багатогранності та складності життя, пошук свого місця в ньому та можливостей для реалізації своїх планів;

- принцип розвитку, в основі якого акцент на самовдосконалення, самовизначення, розкриття своїх сильних сторін, розвиток позитивних якостей та здібностей, конструктивного підходу комунікативної взаємодії у віртуальному просторі.

На нашу думку, вирішити проблему надмірного використання соціальних мереж людині може допомогти краще пізнання себе та своїх можливостей, усвідомлення власних бажань та життєвих цілей, заради реалізації яких вона має взяти під контроль витрату свого часу та зусиль, спрямованих на комунікацію в межах інтернет-простору. Активна життєва позиція, відповідальність особистості за власне життя та вміння вирішувати проблеми, а не ховатись від них у мережевому просторі, творчий підхід до конструювання власного життєвого простору як в реальності, так і у

віртуальному світі сприятимуть ефективній та продуктивній міжособистісній онлайн-взаємодії.

Нами був розроблений **комплекс соціально-психологічних рекомендацій**, спрямованих на попередження виникнення та прогресування залежності у користувачів соціальних інтернет-мереж, а також на розвиток їх самоконтролю та саморегуляції в процесі комунікації у мережевому просторі:

- Вимикати комп'ютер або телефон в разі відсутності гострої необхідності виходити в соціальну мережу;
- виробити та дотримуватися певного режиму перебування в соціальних інтернет-мережах протягом дня. Визначити для себе оптимальну кількість часу, проведеного онлайн. Для початку це може бути 2 рази по 30 хвилин на день, надалі цей час можна скоротити вдвічі. Для того, щоб не пропустити відведений час, можна скористатись допоміжними сервісами планування часу (нагадування, будильник, органайзер). Це допоможе розподіляти час та витратити на мережеву комунікацію обмежену кількість часу. За необхідності можна встановити комп'ютерну програму, що автоматично виключає або блокує комп'ютер на певний час;
- корисним доповненням може бути метод самостійного ведення щоденника, зокрема, онлайн-щоденника для контролю часу, проведеного у мережі. Часто користувачі ведуть також блоги, де вони висловлюють свої наміри, цілі та регулярно звітують про свої успіхи. Таким чином, вони отримують важливу для них підтримку від мережевої спільноти, яка виражає своє схвалення певних досягнень та мотивує до нових;
- не вживати їжу під час перебування онлайн, що допоможе відволікатися від мережевої комунікації та переключати увагу.
- відключити автоматичне оповіщення про надходження повідомлень на електронну пошту. Це допоможе уникнути бажання зайвий раз перевірити та відповісти на нові мережеві повідомлення та переглянути новини.

- при закінченні користування мережами завжди натискати кнопку «вихід». Це зменшить ризик випадкового попадання на свою сторінку та бажання перевірити мережеві новини, повідомлення тощо.

Нами були також запропоновані **принципи конструктивної організації комунікативного процесу в онлайн-просторі**, яких користувачі мають дотримуватись з метою підвищення ефективності мережевої комунікації:

- Принцип взаємоповаги, що полягає у виявленні поваги до себе та до інших користувачів соціальних мереж, постів, в яких виражаються їх думки та почуття, в усвідомленні недоцільності публічної деструктивної критики, особистісних образ, принизливих коментарів тощо;
- принцип конфіденційності, згідно з яким користувачі не розповсюджують інформацію з приватних бесід, не призначену для представлення та обговорення у широкій аудиторії;
- принцип Я-висловлювань, що полягає у вираженні своїх власних думок, від першої особи. Цей принцип сприяє розвитку відповідальності у користувачів мережевого простору за процес розгортання комунікативних практик;
- принцип дотримання норм та правил мережевої спільноти, що сприяє оптимізації процесу розгортання інтернет-практик, попередженню виникнення конфліктних ситуацій, конкретних наслідків для порушників цих правил, зокрема, тимчасове або остаточне виключення з мережевої спільноти, занесення до чорного списку тощо.

У випадку, якщо користувач вже має проблему адикції від соціальних мереж, то усвідомлення власної залежності від кіберкомунікації, а також її наслідків для свого життя, є першим кроком адиктивної особистості на шляху до звільнення від залежності. Однак страждаючи від негативних наслідків залежності, адикти часто не виявляють бажання скорочувати час проведення у соціальних мережах, а намагаються приховати ці наслідки від оточуючих, приховати скільки насправді вони проводять часу онлайн. Тому

крім визнання залежності від соціальних мереж необхідно враховувати також причини виникнення цієї проблеми.

Залежність від соціальних мереж, як і Інтернет-залежність є нехімічною залежністю, звільнитися від якої можна за допомогою кваліфікованих спеціалістів, психологів, шляхом усвідомлення людиною власних проблем та мотивації на повернення до реального життя та взяття на себе відповідальності за його конструювання та якість.

Психологічну роботу бажано проводити як із залежною особою, так і з її найближчим оточенням, оскільки саме в процесі їх повсякденної взаємодії у адиктів почала розвиватись мережева залежність. Часто проблему помічають та пропонують вирішити друзі та родичі залежної особистості, в той час як сама вона категорично відмовляється від допомоги спеціалістів, консультацій психолога тощо. Тому в залежності від ситуації, можливе як *індивідуальне психологічне консультування*, так і *групове*.

Метою *індивідуального консультування* є розвиток навичок самоконтролю, пошуки шляхів самовдосконалення, альтернативних способів проведення вільного часу, дозвілля тощо. *Групове консультування* передбачає колективну роботу, в процесі якої важливу роль відіграє позитивний досвід командної взаємодії, обмін думками та позитивними емоціями, корисними порадами між учасниками процесу тощо. Працюючи у групі, молоді люди підвищують рівень навичок міжособистісної комунікації та взаємодії, набувають досвіду вирішення реальних проблем з позиції свідомого та конструктивного підходу, вчать вирішувати конфліктні ситуації та брати на себе відповідальність.

Необхідно відзначити, що в наш час набуває все більшої популярності психологічна допомога через Інтернет-мережу. Це стосується як індивідуального, так і групового консультування, інтернет-тренінгів. Мережеві технології завдяки своїй розповсюдженості та популярності надають ресурси для розширення своїх можливостей психологам та психологічним службам, роблячи їх більш доступними для людей. Тому для

більшості молодих користувачів актуальним є покращення свого емоційного стану та психологічного самопочуття, підвищення рівня стресостійкості, розвитку навичок комунікації або вирішення складних життєвих проблем за допомогою звернення саме до «віртуального» психолога.

На нашу думку, віртуальна психологічна допомога є ризикованою з точки зору профілактики мережевої залежності, оскільки вона може сприяти розвитку адикції особистості від мережевого середовища. Однак не можна недооцінювати її потенціал, зокрема, актуальні можливості з моделювання реальності, що можуть бути застосовані в онлайн-консультуванні як з метою профілактики мережевої адикції, так і інших психологічних проблем. Однією з основних умов психологічної допомоги в Інтернеті є дотримання принципу балансу реальних та віртуальних комунікативних практик.

Зазначимо, що зазвичай близьким та рідним залежної особистості психологічна допомога потрібна не менше, ніж самому залежному. У більшості випадків члени сім'ї таких людей страждають від інших видів адикції. **Робота з родиною** передбачає насамперед налагодження комунікативної взаємодії, емоційного благополуччя, зниження напруження, що лише негативно впливає на міжособистісну взаємодію.

У цьому випадку основними шляхами психологічної допомоги є розвиток комунікативних навичок членів родини, взаєморозуміння та емпатії, переоцінка ролі та місця мережевого середовища у житті, актуалізація життєвих цілей та бажань, постановка цілей та оцінка досягнень, колективний пошук оптимальних шляхів подолання конфліктних ситуацій, усвідомлення свого потенціалу, сильних та слабких сторін, власної цінності, розширення уявлень про способи отримання задоволення від життя тощо.

Відриваючись від комунікації в соціальних мережах, адикт зазвичай зустрічається з осудом, невдоволенням, сварками або, навпаки, байдужістю. Це провокує у ньому агресію, ще більше бажання втекти від проблем та уникнути скандалів, сховатись в мережі. Таким чином, він все менше хоче перебувати в реальності та скоріше повернутися до віртуального простору, в

якому відчувається комфортніше та спокійніше. З іншого боку, відчуття прийняття, небайдужості, терпіння та розуміння з боку своєї родини сприяє покращенню емоційного стану залежної людини, стимулює до роботи над собою.

Молодим людям, що демонструють ознаки залежності, корисно навчитися релаксації з елементами аутотренінгу. Щодня протягом дня рекомендується 20-30 хвилин приділяти певним вправам, що допомагають правильно та глибоко дихати, розслабляти м'язи. Можна застосовувати техніку візуалізації, слухати аудіозаписи, вчитися медитації.

Необхідно також зазначити на важливості самовизначення. Для молодих людей характерним та значимим є пошук себе та свого місця в житті. Отримання освіти, професійна самореалізація, додаткова освіта збільшують кількість задач, які необхідно вирішити, та зменшують кількість вільного часу та зусиль, що можуть бути витрачені на безцільне перебування в соціальних мережах. Знайти своє призначення можуть допомогти цілеспрямованість, відповідальність та зосередженість уваги на пріоритетних і важливих задачах.

Виховання культури користувача соціальних інтернет-мереж має на меті створення безпечних умов для ефективної комунікативної взаємодії, реалізації потенційних можливостей, шляхом постановки та досягнення конкретних цілей та завдань, пов'язаних з власною реальною життєдіяльністю, самореалізацією, творчістю, роботою, навчанням тощо. Важливу роль в цьому процесі відіграє розвиток ставлення до соціальних мереж як до засобу, а не кінцевої мети комунікативної взаємодії.

Отже, систематична та цілеспрямована робота з профілактики залежності від соціальних інтернет-мереж є однією з умов зменшення рівня прояву адиктивної поведінки. Вона сприяє формуванню у молодих людей відповідального та свідомого ставлення до комунікативної онлайн-взаємодії, конструктивної організації свого віртуального простору, зменшенню кількості часу, проведеного у мережах, зниженню рівня залежності. За

допомогою розвитку навичок саморегуляції користувачі отримують можливості для оптимізації мережевої комунікації.

### **Висновки до розділу 3**

За результатами емпіричного дослідження визначено специфіку комунікативних інтернет-практик, що розгортаються в мережевому просторі; описано характерні особливості повсякденних комунікативних практик молоді із різним рівнем залежності від соціальних мереж; проаналізовано особливості комунікативних інтернет-практик молоді із різним рівнем залежності від соціальних мереж.

Молоді люди, вільні від мережевої залежності більш ефективно організують своє перебування в мережі, контролюють час, проведений за віртуальною комунікацією, реалізують поставлені заздалегідь задачі без шкоди для своєї діяльності, здоров'я, реального спілкування.

Схильні до мережевої залежності користувачі нездатні контролювати час, проведений за віртуальною взаємодією. У них відмічається погіршення емоційного стану, дратівливість, часті зміни настрою, зокрема, за відсутності доступу до акаунту. Віртуальна комунікація займає важливе місце в їх повсякденному житті, стає основною метою перебування онлайн. Незважаючи на наслідки, залежні користувачі не бажають скорочувати час свого перебування онлайн.

Аналіз мотивації користування соціальними мережами показав, що в процесі розгортання комунікативних практик адикти реалізують мотив самоутвердження. Домінуючою потребою в адиктивних користувачів стає висловлення та відстоювання власної позиції, вільне вираження своїх думок.

Комунікативні практики адиктивної молоді характеризуються закритим форматом, компенсаторним характером, підвищеною агресією, через які вони реалізують прагнення до самоствердження, підвищення власної самооцінки. В процесі розгортання практик вони прагнуть приховати свої соціальні характеристики. Рівень довіри до мережевої спільноти у залежних

молодих людей не високий. Вони бажають оточувати себе добре знайомими, перевіреними людьми. Необхідними умовами для відкритої та ефективної комунікації для них є відчуття безпеки та психологічної захищеності, контролю процесу комунікації.

Комунікативні інтернет-практики адиктивних молодих людей відрізняються конфліктним, агресивним та провокативним характером, що шкодить ефективній взаємодії користувачів у мережевому просторі. Молодими людьми знецінюється реальність в цілому, проблеми, комунікація та проведення часу в реальному світі. Натомість віртуальне життя та онлайн-взаємодія набувають цінності та значимості, внаслідок чого змінюється система цінностей залежної особи, здатність планувати свій час, свою діяльність та життя. Відтак очевидною є важливість та необхідність попередження появи та прогресування залежності від соціальних мереж у молоді, що й спонукало до розробки соціально-психологічних рекомендацій, спрямованих на розвиток саморегуляції, підвищення ефективності комунікативної онлайн-взаємодії та конструктивної організації власного комунікативного простору в інтернет-мережах.



## ВИСНОВКИ

У дисертації представлено теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми визначення змісту і специфіки комунікативних інтернет-практик молоді, залежної від соціальних мереж, розроблено рекомендації із профілактики мережевої залежності та конструктивної організації молоддю комунікативного простору в інтернет-мережі.

1. Комунікативні практики в соціальних мережах визначено як щоденну діяльність, результатом якої є реалізація звичної повсякденної комунікації за допомогою новітніх технологій та комунікативно-технічних засобів. Вони полягають в обміні інформацією між користувачами та реалізуються за допомогою мережної взаємодії як спілкування або обмін контентом.

Повсякденна комунікативна діяльність користувачів соціальних мереж, в залежності від її наповненості та спрямованості, впливає на ефективність взаємодії учасників мережевої комунікації. Зміни в комунікативній взаємодії спостерігаються як у віртуальному, так і в реальному світі, а також можуть негативно позначатися на психологічному благополуччі та якості життя молодих людей. Визначено, що період молодості є сприятливим щодо формування різних адикцій та мережевої, зокрема. Зростання кількості молодих людей, узалежнених від соціальних мереж пояснюється доступністю Інтернету та простотою у використанні комунікативно-технічних засобів, тим, що особистість отримує можливість, не витрачаючи особливих зусиль, задовольнити практично будь-які свої комунікативні потреби у мережі, що може призвести до відстороненості, уникання комунікації в реальному житті.

2. За показниками рівня інтенсивності користування молодими людьми соціальними інтернет-мережами визначено групи вільних від залежності, передзалежних та залежних осіб. Встановлено, що кожен третій користувач соціальних мереж має певні проблеми, пов'язані з надмірним захопленням мережевим простором, а кожен дванадцятий виявляє риси адикції. Передзалежні та залежні молоді люди звертаються до послуг соціальних

мереж за будь-якої можливості; у них відзначається підвищена дратівливість, погіршення настрою, спалахи гніву в разі відсутності можливості користування мережами або необхідності переривання свого перебування он-лайн, час знаходження в мережі виходить з-під їх контролю, більшість респондентів з групи залежних та передзалежних робить вибір на користь комунікативних інтернет-практик, не бажаючи при цьому скорочувати час перебування он-лайн та незважаючи на наслідки, які виникають у реальному житті.

3. Проведення емпіричної експлікації моделі вивчення комунікативних інтернет-практик молоді із різним рівнем залежності від соціальних мереж, та аналіз специфіки соціальних мереж як середовища розгортання комунікативних практик, їхнього впливу на життя особистості, показало, що в процесі розгортання комунікативних практик домінуючою потребою узалежненої молоді, на відміну від осіб, що є вільними від залежності, є потреба висловлення та відстоювання власної позиції, вільне вираження та доведення своїх думок, рівень їхньої довіри до мережевої спільноти не високий, вони бажають оточувати себе добре знайомими, перевіреними людьми. Необхідними умовами для відкритої та ефективної комунікації для них є відчуття безпеки та психологічної захищеності, контролю процесу комунікації.

Молодь, схильна до мережевої залежності, на відміну від тих, хто такої залежності не має, нездатна контролювати час, проведений за віртуальною взаємодією, комунікація у мережі займає важливе місце в їх повсякденному житті, стає основною метою перебування онлайн. У неї звужується коло інтересів, втрачається інтерес до пізнання, самоосвіти, до власного розвитку, відмічається погіршення емоційного стану, дратівливість, часті зміни настрою, невдоволеність та спалахи гніву в разі відсутності можливості користуватися мережею або переривання свого перебування он-лайн.

З'ясовано, що залежність від соціальних мереж позначається на виборі та процесі розгортання повсякденних комунікативних практик молоді в

процесі віртуальної взаємодії, яким притаманний закритий формат, компенсаторний та маніпулятивний характер, підвищена агресія та через які вони реалізують прагнення до самоутвердження, підвищення власної самооцінки.

Вплив комунікативної взаємодії в соціальних мережах на життя та психологічне благополуччя особистості є очевидним, зокрема, у випадку появи та прогресування мережної залежності. Однак за умови розвитку самоконтролю, раціональної організації перебування он-лайн, мережеві практики можуть бути корисним доповненням до реального життя сучасної особистості, що спрощує його, робить більш зручним та ефективним.

4. За результатами дослідження встановлено, що надмірне перебування у віртуальному просторі позначається на виборі молоддю певних комунікативних практик, ефективності як мережної, так і реальної взаємодії. Тому очевидно є важливість та необхідність попередження розвитку залежності від соціальних мереж у молоді, що й відображено в розроблених соціально-психологічних рекомендаціях, спрямованих на профілактику виникнення залежності у користувачів соціальних мереж, підвищення ефективності комунікативної онлайн-взаємодії та конструктивної організації власного комунікативного простору в інтернет-мережах.

**Перспективу подальших досліджень вбачаємо** у виявленні причин зміщення повсякденної комунікативної активності людини у віртуальний світ мережі та втрати інтересу до реального спілкування та впливу комунікативної онлайн-взаємодії на особистість та її життя; розробці сучасних онлайн-тренінгів та профілактичних програм для попередження появи та розвитку мережевої залежності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алистратова Е. Ю. Проактивная агрессия в интернете: причины, последствия и возможные пути профилактики / Е. Ю. Алистратова // Психология и психотехника. – 2014. – №1. – С. 39–54.
2. Андреева Г. М. Место межличностного восприятия в системе перцептивных процессов и особенности его содержания / Г. М. Андреева // Межличностное восприятие в группе. – 1981. – С. 26-36.
3. Арестова О. Н. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский. // Вестник московского университета. Сер. 14, Психология. – 1996. – №14. – С. 14–20.
4. Арестова О. Н. Мотивация пользователей Интернета / О. Н. Арестова, Л. И. Бабанин, А. Е. Войскунский // Гуманитарные исследования в Интернете / О. Н. Арестова, Л. И. Бабанин, А. Е. Войскунский. – М : Можайск-Терра, 2000. – С. 55–76.
5. Арестова О. Н. Социальная и демографическая динамика сообщества пользователей компьютерных сетей [Электронный ресурс] / О. Н. Арестова, Л. И. Бабанин, А. Е. Войскунский. – Режим доступа: <http://www.follow.ru/article/110>.
6. Асеева О. В. Социологический анализ социальной активности молодежи в сетевых сообществах Интернет [Электронный ресурс] / О. В. Асеева. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologicheskiy-analiz-sotsialnoy-aktivnosti-molodezhi-v-setevyh-soobschestvah-internet>.
7. Бабаева Ю. Д. Интернет: воздействие на личность / Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский, О. В. Смылова // Гуманитарные исследования в Интернете / Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский, О. В. Смылова. – М : Можайск-Терра, 2000. – С. 11–39.
8. Бевзенко Л. Д. Постнеклассические практики: возможность концептуализации в логике габитуальных и социокультурных трансформаций

/ Л. Д. Бевзенко // Постнеклассические практики: опыт концептуализации : Коллективная монография / Под общ. ред. В. И. Аршинова и О. Н. Астафьевой. – С-Пб. : Изд. дом “Мирь”, 2012. – С. 229–248.

9. Белинская Е. П. Пространство, населенное Другими / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // Планета Интернет. – 1999. – №16. – С. 76–81.

10. Белинская Е. П. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина. // Образование и информационная культура. – М. – 2000. – С. 395–431.

11. Белинская Е. П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.

12. Белинская Е. П. Человек в информационном мире / Е. П. Белинская, Г. М. Андреева, А. И. Донцов // Социальная психология в современном мире. – М: Аспект-Пресс, 2002. – С. 203–220.

13. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Луман. – М : Медиум, 1995. – 323 с.

14. Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ : дис. на здобуття наук. ступеня докт. соц. наук : спец. 22.00.04 “Социальная структура, социальные институты и процессы” / Бондаренко С. В. – Ростов-на-Дону, 2004. – 339 с.

15. Бурдьё П. Начала. / П. Бурдьё // Пер. с фр. Шматко Н. А. – М. : Socio-Logos, 1994. – 288 с.

16. Бурдьё П. Практический смысл / П. Бурдьё // Пер. с фр.: А. Т. Бикбов, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко; Отв. ред. пер. и Послесл. Н. А. Шматко. – СПб.: Алетейя, М. : “Институт экспериментальной социологии”, 2001 г. – 562 с.

17. Винник Д. В. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу / Д. В. Винник // Философия науки – 09/2012. – N4 – С. 110-126.

18. Витгенштейн Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн. – М: Гнозис, 1994. – 122 с.

19. Внебрачных Р. А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах [Электронный ресурс] / Р. А. Внебрачных // Вестник УдмГУ. 2012. №3-1. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/trolling-kak-forma-sotsialnoy-agressii-v-virtualnyh-soobschestvah>.

20. Войскунский А. Е. Мужчина и женщина в Интернете: гендерные реалии и стереотипы / А. Е. Войскунский А. Е., Митина О. В. // 3-я Российская конференция по экологической психологии (Москва, 15-17 сентября 2003 г.). – Психологический институт РАО Москва, 2003. – С. 342–346.

21. Войскунский А. Е. Исследования Интернета в психологии / А. Е. Войскунский // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова. – М. : Гендальф, 2002. – С. 235-250.

22. Войскунский А. Е. Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Психологический журнал. – 2004. – Т. 25. – № 1. – С. 90–100.

23. Войскунский А. Е. Интернет – новая область исследований в психологической науке / А. Е. Войскунский // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ / под ред. Д. А. Леонтьева, Б. С. Братусь. – М. : Смысл, 2002. – Вып. 1. – С. 407.

24. Войскунский А. Е. Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Психологический журнал. – 2004. – Т. 25, № 1. – С. 90–100.

25. Войскунский А. Е. Феномен зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. – М.: Можайск-Терра, 2000. – С. 100-131.

26. Волков В. В. Теория практик / В. В. Волков, О. В. Хахордин. – СПб: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2008. – 297 с.

27. Выгонский С. И. Виртуальная реальность как массовая галлюцинация [Электронный ресурс] / С. И. Выгонский. – 2005. – Режим доступа: <http://sv-psycho.narod.ru/virtual.html>.

28. Галіч Т. О. Соціальні інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя / Т. О. Галіч // Соціологія майбутнього : науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. – 2010. № 1. – С. 145-152.

29. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии / Г. Гарфинкель. – Спб. : Питер, 2007. – 335 с.

30. Гидденс Э. Социология / Э. Гидденс. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 704 с.

31. Гидденс Э. Устройство общества: Очерк теории структуризации. – 2-е изд. / Э. Гидденс. – М.: Академический Проект, 2005. – 528 с.

32. Гилберт Р. Понятие сознания / Р. Гилберт // Общая научная ред. В. П. Филатова. – М. : Идея-Пресс; Дом интеллектуальной книги, 2000. – 406 с.

33. Гофман И. Закрепление форм деятельности / И. Гофман // Социология вещей: сборник статей / под ред. В. Вахштайна. – М. : Издательский дом “Территория будущего”, 2006. (Серия “Университетская библиотека Александра Погорельского”). – С. 54-117.

34. Гриффитс М. Избыточное применение Интернета: онлайнное аддиктивное поведение / М. Гриффитс // Интернет-зависимость: психологическая природа и динамика развития / Под ред. А. Е. Войскунского. М.: Акрополь, 2009. – С. 253-256.

35. Грохол Дж. Зависимость от Интернета – новое заболевание? / Дж. Грохол // Интернет-зависимость: психологическая природа и динамика развития / Под ред. А. Е. Войскунского. М. : Акрополь, 2009. – С. 264-266.

36. Губанов Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. – М.: Издательство физико-математической литературы, 2010. – 228 с.

37. Губенко Э. В. Психологические аспекты интернет-аддикции: Интернет-аддикция и трудности межличностного общения [Электронный ресурс] / Э. В. Губенко. – 2002. – Режим доступа: <http://banderus2.narod.ru/85181.html>.

38. Гулевич О. А. Психология коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Гулевич. – Москва: МПСИ, 2008. – 384 с.

39. Егоров А. Ю. Нехимические зависимости / А. Ю. Егоров. – СПб. : Речь, 2007. – 190 с.

40. Егоров А. Ю. Современные представления об интернет-аддикциях и подходах к их коррекции [Электронный ресурс] / А. Ю. Егоров. – 2015. – Режим доступа: [http://www.mprj.ru/archiv\\_global/2015\\_4\\_33/pomer01.php](http://www.mprj.ru/archiv_global/2015_4_33/pomer01.php).

41. Данько Ю. А. “Тролінг” як новий вид віртуальної комунікації [Електронний ресурс] / Ю. А. Данько // Український соціум. – 2013. – № 4. – С. 17-25. – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc\\_2013\\_4\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2013_4_4).

42. Жичкина А. Е. О возможностях психологических исследований в сети Интернет / А. Е. Жичкина // Психологический журнал. – 2000. – Т. 21, № 2. – С. 75–78.

43. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты виртуальной коммуникации [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина. – 2008. – Режим доступа: <http://forum.oculus.ru/?m=sr&it=15020>.

44. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина. – 2007. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>.

45. Закон України “Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні” від 05.02.1993 р., молодь, молоді громадяни – громадяни України віком від 14 до 35 років [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>.

46. Иванов В. Ф. Принципи й умови контент-аналізу та вимоги до нього [Електронний ресурс] / В. Ф. Иванов. – Режим доступа: <http://journalib.univ-kiev.ua/index.php?act=article&article=1614>.



47. Ісакова Т. О. Інтернет-залежність як новий феномен сучасного світу: сутність і проблеми: аналітична доповідь / Т. О. Ісакова // За заг. редакцією Д. В. Дубова. – К. : НІСД, 2011. – 47 с.

48. Калинин И. А. История развития социальных сервисов Интернета [Электронный ресурс] / И. А. Калинин. – 2005. – Режим доступа: <http://inf.1september.ru/articlef.php?ID=200700102>.

49. Камінська О. В. Авторська класифікація інтернет-залежності за критерієм провідного мотиву використання мережі / О. В. Камінська. // Молодий вчений. – 2015. – №2. – С. 210–213.

50. Камінська О. В. Формування та прояви інтернет-залежності від соціальних мереж [Електронний ресурс] / О. В. Камінська. – 2013. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/15\\_NPN\\_2013/Psihologia/12\\_132802.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_NPN_2013/Psihologia/12_132802.doc.htm).

51. Камінська О. В. Чинники розвитку інтернет-залежності молоді / О. В. Камінська // Психологічні перспективи. – 2015. – № 25. – С. 65-75.

52. Карелин А. А. Большая энциклопедия психологических тестов / А. А. Карелин. – М.: Эксмо, 2007. – 416 с.

53. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; [Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой]. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.

54. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; [Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана]. – М. : ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.

55. Кизима В. В. Космология с позиций представления о бытии как о тотальности / В. В. Кизима // Totallogy-XXI. Постнекласичні дослідження – №29, 2013. – К. : ЦГО НАН України, С. 25-76.

56. Кизима В. В. Постнекласические практики: дивергенция и исток / В. В. Кизима // Постнекласические практики: определение предметных областей. – М., 2008, – С. 42-52.

57. Кизима В. В. Постнеклассическая модель человека как мета-модель представлений о человеке / В. В. Кизима // Вестник РГГУ, №7/08. Серия “Философия”. – М., 2008. – С. 266-280.

58. Кильченко О. И. Метод контент-анализа в психологических исследованиях // уч.-метод. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по специальности “Психология” / А. Ю. Бергфельд, О. И. Кильченко, Е. В. Шевкова, Н. А. Шиленкова, Л. В. Ширинкина; под ред. О. И. Кильченко. – Пермь : Перм. гос. ун-т, 2007. – 104 с.

59. Кленова Ю. Экспериментальное исследование взаимосвязи интроверсии и коммуникативной установки с Интернет-зависимостью [Электронный ресурс] / Ю. Кленова. – 2007. – Режим доступа до ресурсу: [http://flogiston.ru/articles/netpsy/ia\\_klenova](http://flogiston.ru/articles/netpsy/ia_klenova).

60. Ключева Н. Ю. Электронная культура: современные коммуникативные практики [Электронный ресурс] / Н. Ю. Ключева. – 2011. – Режим доступа: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:SOkiX MRyHR0J:innclub.info/wpcontent/uploads/2011/05/%25D0%259A%25D0%25BB%25D1%258E%25D0%25B5%25D0%25B2%25D0%25B0\\_1\\_%25D0%25BE%25D0%25B1%25D1%2580\\_%25D1%2582%25D0%25B5%25D1%2585\\_%25D0%25B4%25D0%25B4\\_%25D0%2598%25D0%25A2%25D0%25A0.doc+&cd=3&hl=ru&ct=clnk&gl=ua&client=firefox-b-ab](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:SOkiX MRyHR0J:innclub.info/wpcontent/uploads/2011/05/%25D0%259A%25D0%25BB%25D1%258E%25D0%25B5%25D0%25B2%25D0%25B0_1_%25D0%25BE%25D0%25B1%25D1%2580_%25D1%2582%25D0%25B5%25D1%2585_%25D0%25B4%25D0%25B4_%25D0%2598%25D0%25A2%25D0%25A0.doc+&cd=3&hl=ru&ct=clnk&gl=ua&client=firefox-b-ab).

61. Кнорр-Цетина К. Социальность и объекты / К. Кнорр-Цетина // Социология вещей : сб. статей / под. ред. В. Вахштайна. – М. : Изд. дом “Территория будущего”, 2006. – С. 267-306.

62. Колин К. К. Философские проблемы информатики. / К. К. Колин – М. : БИНОМ, 2010. – С. 215-220.

63. Кочубей Н. В. Сеть как пространство постнеклассических практик / Н. В. Кочубей // Постнеклассические практики: опыт концептуализации : Коллективная монография / Под общ. ред. В. И. Аршинова и О. Н. Астафьевой. – СПб. : Изд. дом “Мирь”, 2012. – С. 447-458.

64. Крайнов А. Л. Феномен отчуждения как атрибут глобализации: социокультурный аспект / А. Л. Крайнов // Известия Саратовского университета. Серия “Философия. Психология. Педагогика” : Т.8, №2. - Саратов : Изд-во Саратовского госуниверситета, 2008. – С. 31-36.

65. Краснякова А. О. Соціальні інтернет-мережі – новий соціальний простір існування людини / А. О. Краснякова // Управління освітою. – 2013. – № 22. – С. 32 – 36.

66. Кузнецова Ю. М. Психология жителей Интернета / Ю. М. Кузнецова, Н. В. Чудова. – 2-е изд., испр. – М. : ЛКИ, 2011. – 224 с.

67. Кулик Є., Бартош О. Культура віртуального спілкування / Є. Кулик, О. Бартош.; ДЗ “Держ. б-ка України для юнацтва”. – К., 2010. – 65 с.

68. Лазоренко Б. П. Асоціальні практики життєконструювання проблемної молоді в інформаційному суспільстві / Б. П. Лазоренко // Наук. студ. із соц. та політ. психології : зб. статей / НАПН України, Ін-т соц. та політ. психології; [ред. рада: М. М. Слюсаревський (голова), В. Г. Кремень, С. Д. Максименко та ін.]. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 33(36). – 348 с. – С. 307–315.

69. Ларіна Т. О. Практики мінімізації ризику в процесі життєконструювання / Т. О. Ларіна // Наукові студії із соціальної та політичної психології. Вип. 31 (34). – К., 2012 – С. 102-109.

70. Латур Б. Когда вещи дают отпор: возможный вклад “исследований науки” в общественные науки / Б. Латур // Социология вещей : сб. статей / под ред. В. Вахштайна. — М. : Изд. дом “Территория будущего”, 2006. – С. 342-364.

71. Ліщинська О. А. Модель формування адиктивного потенціалу особистості / О. А. Ліщинська // Практична психологія та соціальна робота. – 2013. – № 3. – С. 1-9.

72. Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии / Н. Луман. – СПб., 2000. – 43 с.

73. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. – Спб.: Наука, 2007. – 642 с.
74. Луман Н. Что такое коммуникация / Н. Луман; [пер. с нем. Д. В. Озирченко] // Социологический журнал. – 1995. – №3. – С. 114-125.
75. Лучинкіка А. І. Психологія інтернет-соціалізації особистості: монографія / А. І. Лучинкіна. – Сімф. : АРІАЛ, 2013. – 355 с.
76. Малєєва Н. С. Соціально-психологічний зміст комунікативних практик в мережі Інтернет / Н. С. Малєєва // Наука і освіта : Науково-практ. журн. ПНПУ ім. К. Д. Ушинського. – Одеса, 2014. – Вип. 4. – С. 113–392.
77. Малєєва Н. С. Соціальні мережі як середовище розгортання комунікативних практик / Н. С. Малєєва // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України: Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. – Київ, 2014. – Том. 11. – Вип. 13. – С. 325-332.
78. Малєєва Н. С. Комунікативні інтернет-практики в сучасному суспільстві / Н. С. Малєєва // Навчання і виховання обдарованої дитини : теорія та практика : Зб. наук. пр. Вип. 1(14). – К. : Інститут обдарованої дитини, 2015 – С. 128–136.
79. Малєєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен / Н. С. Малєєва // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Психологія. – Одеса : Астропринт, 2015. – Т. 20. – Вип. 3(37). Ч. 1. – С. 62-71.
80. Малєєва Н. С. Комунікативні практики залежних від соціальних мереж користувачів / Н. С. Малєєва // Педагогічний процес : теорія і практика. : Науковий журнал КУ ім. Б. Грінченка. – Вип. 1(52). – К. : Едельвейс, 2016. – С. 74-79.
81. Малєєва Н. С. Комунікативні практики узалежнених від соціальних мереж користувачів / Н. С. Малєєва // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України: Загальна психологія. Історична психологія. Етнічна психологія. – Київ, 2016. – Том. 9. – Вип. 10. – С. 205-215.

82. Малєєва Н. С. Особливості соціальних мереж як засобу комунікації у сучасному суспільстві / Н. С. Малєєва // Зб. до II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Особистість як об'єкт психологічного впливу». – Кривий Ріг, 2016. – С. 86-89.

83. Малєєва Н. С. Соціальні мережі як чинник розвитку кіберадикції / Н. С. Малєєва // Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Соціально-психологічні особливості професійної діяльності працівників соціальної сфери: виклики сьогодення». – Київ-Мелітополь, 2016. – С. 23-26.

84. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / [О. Т. Баришполец, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубєва, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська] ; за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2014. – 348 с.

85. Минаков А. В. Некоторые психологические свойства и особенности Интернет как нового слоя реальности [Електронний ресурс] / А. В. Минаков. – 1999. – Режим доступу: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/minakov>.

86. Мироненко Г. В. Вплив масової комунікації на часові уявлення підлітків : автореф. дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.05 / Г. В. Мироненко. – К., 2007. – 19 с.

87. Мироненко Г. В. Медіа-залежність в контексті проблеми формування медіа-культури особистості [Електронний ресурс] / Г. В. Мироненко // Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/35225/44-Mironenko.pdf?sequence=1>.

88. Мироненко Г. В. Інтернет-психологія: напрями досліджень і перспективи розвитку // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальная коммуникация». – Том 21 (60). – 2008. – №1. – С. 333–337.

89. Мироненко Г. В. Час віртуального життя: Монографія / Г. В. Мироненко; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Імекс-ЛТД, 2015. – 134 с.

90. Михайлов В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества / В. А. Михайлов, С. В. Михайлов // Актуальные проблемы теории коммуникации, Спб : СПбГПУ, 2004. – С. 34-52.

91. Мун Л. Н. Информационные технологии и гуманитарная культура / Л. Н. Мун // Мир психологии. – 2002. – №1. – С. 262-272.

92. Найдьонова Л. А. Кібербулінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби : теоретико-методологічні засади подолання і профілактики / Л. А. Найдьонова // Практична психологія та соціальна робота. – 2010. - №8. – С. 10-18.

93. Найдьонова Л. А. Кібер-булінг або агресія в інтернеті: способи розпізнання і захист дитини / Л. А. Найдьонова // Методичні рекомендації / Серія: На допомогу вчителю. Вип. 4. – К., 2011. – 34 с.

94. Найдьонова Л. А. Рефлексивна психологія територіальних спільнот / Л. А. Найдьонова. – К. : Міленіум, 2012. – 280 с.

95. Наследов А. Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках / А. Д. Наследов. – СПб : Питер, 2005. – 416 с.

96. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных: [учеб. пособ.] / А. Д. Наследов. – СПб.: Речь, 2004. – 392 с.

97. Немеш О. М. Психологічні дослідження інтернет-залежності [Електронний ресурс] / О. М. Немеш. – 2014. – Режим доступу: [http://psytir.org.ua/upload/journals/6/authors/2014/nemesh\\_olena\\_mykolaivna\\_psyhologichni\\_doslidzhennya\\_internet\\_zalezhnosti.pdf](http://psytir.org.ua/upload/journals/6/authors/2014/nemesh_olena_mykolaivna_psyhologichni_doslidzhennya_internet_zalezhnosti.pdf).

98. Нестеров В. Ю. К вопросу о динамике сетевых сообществ [Электронный ресурс] / В. Ю. Нестеров. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/groupdyn>.

99. Нестеров В. Ю. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете [Электронный ресурс] / В. Ю. Нестеров. – Режим доступа: <http://virtualwoiid.hut.ru>.

100. Олійник А. Facebook може викликати депресію [Електронний ресурс] / А. Олійник. – Режим доступа: <http://studway.com.ua/facebook-depresiya/>.

101. Онищенко О. С., Горовий В. М., Попик В. І. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.

102. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: Підручник: У 2 кн. Кн. 2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К., 2006. – 560 с.

103. Петрунько О. В. Молодь та інноваційні технології: перспективи і ризики взаємодії : Методичний посібник / О. В. Петрунько. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 84 с.

104. Петрунько О. В. Інформаційна культура як чинник психологічної і національної безпеки медіа суспільства / О. В. Петрунько // Теоретичні і прикладні проблеми психології. – № 3 (35). – 2014. – С. 63 -70.

105. Петрунько О. В. Соціалізувальні ресурси і ризики агресивного медіасередовища / О. В. Петрунько // Рідна мова : освіт. кварталник українського вчительського товариства у Польщі. – 2012. – Вип. 17. – С. 36-43.

106. Петрунько О. В. Соціалізація студентів у віртуальних соціальних мережах: актуальність проблеми / О. В. Петрунько // Педагогічний процес: теорія і практика: Збірник наукових праць. Серія Психологія. – Вип. 3. – К.: Едельвейс, 2016. – С. 72-77.

107. Полани М. Личностное знание. / М. Полани // Пер. с англ. М. Б. Гнедовского, Н. М. Смирновой, Б. А. Старостина. – М.: Прогресс, 1985. – 344 с.

108. Поправко В. Н. Закрытое Интернет-сообщество как форма коммуникации в виртуальном пространстве / В. Н. Поправко // Вестник Томского государственного университета, 2009. – № 322. – С. 52–54.

109. Посохова В. В. Интернет-середовище і формування гендерної ідентичності в процесі життєвого планування [Електронний ресурс] / В. В. Посохова. – 2005. – Режим доступу: <http://www.soc.univ.kiev.ua/-uk/library/internet-seredovishche-i-formuvannya-gender-noyi-identichnosti-v-proc-esizhittievogo>.

110. Посохова В. В. Комунікативні характеристики особистості, схильної інтернет-залежності / В. В. Посохова // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – К., 2005. – С. 209-219.

111. Посохова В. В. Огляд практик спілкування в мережі Інтернет / В. В. Посохова // Наукові студії із соціальної та політичної психології. Вип. 31(34). – К., 2012. – С. 93-102.

112. Посохова В. В. Стилi он-лайн спілкування інтернет-користувачів в повсякденній мережній діяльності / В. В. Посохова // Теоретичні і прикладні проблеми психології. Вип. 3(33). – К., 2013. – № 8. – С. 211-215.

113. Посохова В. В. Соціально-психологічні особливості формування життєвих планів Інтернет-залежної молоді : дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.05 / В. В. Посохова. – К., 2006. – 159 с.

114. Психологічна профілактика насилля і ворожості в суспільному та приватному житті: тези доповідей учасників Круглого столу (Івано-Франківськ, 5 травня 2015 року) / [ за ред. З. С. Карпенко]. – Івано-Франківськ: Симфонія форте, 2015. – С. 20-24.

115. Радкевич А. Л. Социальные Интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества: дис. ... канд. соц. наук: спец. 20.00.06 – М. – 2009. – 202 с.

116. Радкевич А. Л. Социальные интернет-практики как объект социологического анализа [Електронний ресурс] / А. Л. Радкевич. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/3/Radkevich/>.



117. Ромек В. Г., Сатин Д. К. Психологическое тестирование в сети Интернет: проблемы надежности тестов / В. Г. Ромек, Д. К. Сатин // Научный сервис в сети Интернет. Тезисы докладов всероссийской научной конференции. – М.: Изд-во МГУ. – 1999. – С. 226–229.

118. Рощина Я. М. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга / Я. М. Рощина // Экономическая социология. – 2007. – Т. 8, № 4. – С. 23-42.

119. Савчин М. В., Василенко Л. П. Вікова психологія: Навчальний посібник / М. В. Савчин, Л. П. Василенко. — К.: Академвидав, 2011. — 368 с.

120. Семенов Д. И., Шушарина, Г. А. Сетевой троллинг как вид коммуникативной деятельности / Д. И. Семенов, Г. А. Шушарина // Международный журнал экспериментального образования, 2011. – №8. – С. 135 – 136.

121. Семенов И. Воля к идентичности: сопротивление и информационные технологии / И. Семенов // Интернет и российское общество; [под. ред. И. Семенова]. – М. : Гендальф, 2002. – 279 с.

122. Семенов Н. Все о социальных сетях. Влияние на человека. Проблема социальных сетей [Электронный ресурс] / Н. Семенов. – 2011. – Режим доступа до ресурсу: <http://secl.com.ua/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijaniye-na-cheloveka.html>.

123. Сергодеев В. А. Коммуникативные практики в сетевых интернет-сообществах [Электронный ресурс] / В. А. Сергодеев. – 2014. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-v-setevykh-internet-soobschestvah>.

124. Сидоренко Е. В. Методы математической обработки в психологии / Е. В. Сидоренко. – Спб.: Речь, 2007. – 350 с.

125. Сидоров П. И., Парняков А. В. Клиническая психология [Электронный ресурс] / П. И. Сидоров, А. В. Парняков. – М. : Изд. ГЭОТАР-Медиа, 2010. – Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970414071.html>.

126. Скрипченко О. В. Вікова та педагогічна психологія : Навч. посіб. / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук, І. С. Булах, Т. М. Зелінська; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К. : Просвіта, 2004. – 413 с.
127. Смыслова О. Психологические последствия применения информационных технологий [Электронный ресурс] / О. Смыслова. – 2000. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/psihologicheskie-posledstviya-primeniya-informacionnyh-tehnologiy>.
128. Сорокина Е. В социальных сетях. Twitter – 140 символов самовыражения / Е. Сорокина, Ю. Федотченко, К. Чабаненко. – СПб.: Питер, 2011. – 144 с.
129. Сулер Дж. Люди превращаются в Электроников. Основные психологические характеристики виртуального пространства [Электронный ресурс] / Дж. Сулер. – 1996. – Режим доступа до ресурсу: <http://mytests.ru/articles/398>.
130. Сулер Дж. Компьютерная и Интернет-зависимость [Электронный ресурс] / Дж. Сулер. – Режим доступа: <http://banderus2.narod.ru/77314.html>
131. Сулер Дж. Эффект растормаживания в Сети [Электронный ресурс] / Дж. Сулер. – 2012. – Режим доступа: <http://ru-cyberpsy.blogspot.com/2012/08/blog-post.html>.
132. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество / Д. Тапскотт. – М.: Рефл-бук, 1999. – 432 с.
133. Теремко В. Г. Соціологія: Підручник / В. Г. Теремко. – К. – Видавничий центр «Академія», 2005. – 432 с.
134. Титаренко Т. М. Життєві завдання особистості як соціально-психологічний чинник моделювання майбутнього / Т. М. Титаренко // Наук. студ. із соц. та політ. психол.: зб. статей / ред. кол.: С. Д. Максименко, М. М. Слюсаревський та ін. / АПН України; Ін-т соц. та політ. психол. – К.: Міленіум, 2007. – Вип. 16 (19). – С. 17–25.
135. Титаренко Т. М. Особистісні практики конструювання життя: зміна фокусування / Т. М. Титаренко // Педагогічна і психологічна наука в Україні :

зб. наукових праць : в 5 т. – Т. 2: Психологія, вікова фізіологія та дефектологія. – К. : Педагогічна думка, 2012. – С. 175-186.

136. Титаренко Т. М. Соціально-психологічні практики життєконструювання: абрис концептуальної моделі / Т. М. Титаренко // Наукові студії із соціальної та політичної психології. Вип. 30(33). – К., 2012. – С. 153-155.

137. Тихомиров О. К. Теория деятельности, измененной информационной технологией / О. К. Тихомиров // Вестник МГУ. Серия 14: Психология. – 1993. – № 2. – С. 31–41.

138. Тончева А. В. Диагностика киберкоммуникативной зависимости [Електронний ресурс] / А. В. Тончева. – <http://naukovedenie.ru/PDF/64pvn412.pdf>.

139. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер; [пер. на русский язык: А. Мирер, И. Москвина-Тарханова, В. Кулагина-Ярцева, Л. Бурмистрова, К. Бурмистров, Е. Комарова, А. Микиша, Е. Руднева, Н. Хмелик]. – М., 2004. – 784 с.

140. Турецька Х. І. Вікові особливості сенсожиттєвих орієнтацій схильних до Інтернет-залежності осіб / Х. І. Турецька // Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка. – К., 2011. – Т. 13, Ч. 4. – С. 395–409.

141. Турецька Х. І. Психологічні чинники Інтернет-залежності / Х. І. Турецька // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна. – 2012. – Вип. 2(2). – С. 95-104.

142. Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості : Автореф. дис... канд. психол. наук : 19.00.07 / В. М. Фатурова ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2004. – 21 с. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Z21ID=&Image\\_file\\_name=DOC/2004/04fvmkpo.zip](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2004/04fvmkpo.zip).

143. Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості: дис. канд. Психол. Наук. / В. М. Фатурова. – К., 2004. – 212 с.

144. Фатурова В. М. Самореалізація студентів у системі мотиваційних детермінант Інтернет-середовища / В. М. Фатурова // Проблеми загальної та педагогічної психології. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / За ред. академіка Максименка С. Д., том 1V, частина 7. – К., 2002. – С. 270-282.

145. Фуко М. Герменевтика суб'єкта: Курс лекцій, прочитаних в Коллеж де Франс в 1981-1982 учебном году / М. Фуко // Пер. с фр. А. Г. Погоняйло – СПб.: Наука, 2007. – 677 с.

146. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс [Електронний ресурс] / Ю. Хабермас. – Режим доступу: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/Habermas.html>.

147. Хайдеггер М. Бытие и время [Електронний ресурс] / М. Хайдеггер. – Режим доступу: [http://yanko.lib.ru/books/philosoph/haydegger-butie\\_i\\_vremya-a.htm](http://yanko.lib.ru/books/philosoph/haydegger-butie_i_vremya-a.htm).

148. Церковний А. Аспекти формування Інтернет-залежності / А. Церковний // Соціальна психологія, 2004. – №5. – С. 149 – 154.

149. Чванова О. А. «Психология вампиризма / О. А. Чванова. – М., 2008. – 360 с.

150. Чудова Н. В. Особенности образа Я «жителя» Интернета / Н. В. Чудова // Материалы второй российской конференции по экологической психологии (Москва, 12–14 апреля 2000 г.) / под ред. В. И. Панова. – М.: Экопсицентр РОСС, 2000. – С. 159-270.

151. Чумакова В. А. Психологические особенности интернет-коммуникаций в социальных сетях // Молодой ученый. – 2013. – №3. – С. 451-453.

152. Шахматова О. М. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности / О. М. Шахматова, Е. Ю. Болтага // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2011. - №24. – С. 1002-1008.

153. Штомпка А. П. Понятие социальной структуры: попытки обобщения / А. П. Штомпка // Социологические исследования. – 2001. – № 9. – С. 3-13.

154. Штомпка А. П. Социология социальных изменений / Пер. с англ. под ред. В. А. Ядова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 416 с.

155. Шюц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А. Я. Алхасов; пер. с англ. А. Я. Алхасова, Н. Я. Музлюмяновой; Научн. ред перевода Г. С. Батыгин. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2003. – 335 с.

156. Юрьева Л. Н. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика: монография / Л. Н. Юрьева, Т. Ю. Больбот. – Днепропетровск: Пороги, 2006. – 195 с.

157. Яворський М. В. Загальні теоретичні підходи до розуміння поняття «інформаційне суспільство» / М. В. Яворський // Актуальні проблеми психології: Психологія навчання. Генетична психологія. Медична психологія / за ред. С. Д. Максименка. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2009. – Том. X, Вип. 12. – С. 589–599.

158. Яворський М. В. Соціально-психологічні чинники сприйняття об'єкта довіри в молодіжному інтернет-середовищі [Електронний ресурс] / М. В. Яворський // Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив: зб. ст. методол. семінару НАПН України (Київ, 3 квітня 2013 р.). – Режим доступу: <http://www.ispp.org.ua/files/1369216397.pdf>.

159. Abnormal white matter integrity in adolescents with Internet Addiction Disorder: A tract-based spatial statistics study / F. Lin, Y. Zhou, Y. Du [et al.] // PLoS ONE. – 2012. – Vol. 7, № 1. – e30253. doi:10.1371/journal.pone.0030253.

160. Alhabash S. Chiang Y. Huang K. MAM & U&G in Taiwan: Differences in the uses and gratifications of Facebook as a function of motivational reactivity. *Computers in Human Behavior*, № 35. – 2014. – P. 30-130.

161. Beard K.W., Wolf E. M. Modification in the proposed diagnostic criteria for Internet addiction / K.W. Beard, E. M. Wolf – *Cyberpsychol Behav*, 2001. – P. 377-383.

162. Castells M. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* / M. Castells. – Cambridge: Polity, 2012. – 200 p.

163. Chou C. An exploratory study of internet addiction, usage and communication pleasure: The Taiwan's case/ C. Chou, J. Chou, N. Tyan // *International J. of Educational Telecommunications*. – 1999. Vol. 5. – №1. – P. 47–63.

164. Chou C., Hsiao M.C. Internet addiction, usage, gratification, and pleasure experience: the Taiwan college students' case // *Computers & Education*. – 2000. – Vol. 35. – P. 65–80.

165. Crystal D. *Language and the Internet* / D. Crystal. – Cambridge university press, 2004. – 272 p.

166. Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship [Electronic resource] / M. Boyd Danah, Ellison B. Nicole // *Journal of Computer-mediated communication*, 2007, Vol. 13, p. 210-230. - Available from: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>.

167. Goldberg I. Internet Addictive Disorder [Electronic resource] / I. Goldberg. – Available from: <http://www.psycom.net/iasg.html>.

168. Greenfield D. N. Virtual Addiction: Sometimes New Technology Can Create New Problems [Electronic resource] / D. N. Greenfield // – [Cited 2010, 8 Dec.]. – Available from: [www.virtualaddiction.com/pdf/nature\\_internet\\_addiction.pdf](http://www.virtualaddiction.com/pdf/nature_internet_addiction.pdf).

169. Griffiths M.D. Internet addiction – time to be taken seriously? // *Addiction Research*. – 2000. – Vol. 8, № 5. – P. 413–419.

170. Griffiths M.D. Internet addiction: Internet fuels other addictions// Student British Medical Journal. 1999. V.7. – P. 428-429.

171. Griffiths M. D. Internet addiction: does it really exist? / M. Griffiths // Gackenbach G. (ed.). Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications. – San Diego, CA: Academic Press, 1999. – P. 61-75.

172. Grohol J. Unprofessional practices: On Internet addiction disorder [Electronic resource] / J. Grohol. – Available from: <http://psychcentral.com/new2.htm>.

173. Hongladarom S. Personal Identity and the Self in the Online and Offline World // Minds & Machines. 2011. – No. 21. – P. 533-548.

174. Orzack M. H. Computer Addiction Services [Electronic resource] / M. H. Orzack. – Available from: <http://www.computeraddiction.com/>.

175. Pavlou P. A. Psychological Contract Violation in Online Marketplaces: Antecedents, Consequences, and Moderating Role / P. A. Pavlou, D. Gefen // Information Systems Research. – 2005. – № (16:4). – P. 372–399.

176. Rodogno R. Personal Identity Online // Philosophy & Technology. 2012. No. 25. – P. 309-328.

177. Schau H. J. We Are What We Post? Self Presentation in Personal Web Space / H. J. Schau, M. C. Gilly // Journal of Consumer Research. – 2003. – Vol. 30. – No3. – P. 385–404.

178. Schneider J. P., Weiss R. Cybersex Exposed: Simple Fantasy or Obsession? / J. P. Schneider, R. Weiss – Hazelden Information Education. – 2001.

179. Shields P. R. Some Problems with Communities of Choice. The Journal of Value Inquiry. – 2005. – No. 39. – P. 215-228

180. Suler J. R. Personality Types in Cyberspace [Electronic resource] / J. R. Suler // Available from: [www.rider.edu/suler/psyber/psyber.html](http://www.rider.edu/suler/psyber/psyber.html).

181. Symptoms of problematic cellular phone use, functional impairment and its association with depression among adolescents in Southern Taiwan / C.F. Yen, T.C. Tang, J.Y. Yen [et al.] // J Adolesc. – 2009. – Vol. 32. – P. 863–873.

182. Tamir D., Jamil Z., Jason P. Informing others is associated with behavioral and neural signatures of value. / *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol 144(6), – 2015. – P. 1114-1123.

183. Tracil R., Chester A., Reece J., Xenos S. The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. / *Journal of Behavioral Addition* - No 3(3). – 2014. – P. 133-148.

184. Turkle, Sh. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet* / Sh. Turkle. - London : Simon & Schuster, 1995. – 348 p.

185. Yang C. Brown B. B. Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college. *Journal of Youth and Adolescence*, № 42. – 2013. – P. 403-416.

186. Young K. S. *Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment* [Electronic resource] / K. S. Young. – Available from: <http://www.netaddiction.com/articles/symptoms.htm>.

187. Young K. S. *What Makes the Internet Addictive: Potential Explanations for Pathological Internet Use* [Electronic resource] / K. S. Young. – Available from: <http://www.netaddiction.com/articles/habitforming.htm>

188. Young K. S. *The Relationship Between Depression and Internet Addiction* [Electronic resource] / K. S. Young, R. C. Rodgers. – Available from: <http://netaddiction.com/articles/cyberpsychology.pdf>.