

ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ НАПН УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ НАПН УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

СТРІЛЬЧУК ОКСАНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК: 316.159.9.6

ДИСЕРТАЦІЯ

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ
МЕДІАКУЛЬТУРИ У ПІДЛІТКІВ З ІНТЕРНЕТ-ЗАХОПЛЕНІСТЮ**

Спеціальність 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О.В. Стрільчук

Науковий керівник – **Найдьонова Любов Антонівна**, доктор психологічних наук, член-кореспондент НАПН України, заступник директора з наукової роботи Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Київ – 2020

АНОТАЦІЯ

Стрільчук О.В. Соціально-психологічні механізми формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.05 – соціальна психологія, психологія соціальної роботи. – Інститут соціальної та політичної психології НАПН України; – Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. Київ, 2020.

Дослідження за темою дисертації виконувались протягом 2013–2019 років в межах науково-дослідної теми лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України «Соціально-психологічні та психолого-педагогічні умови організації медіаосвіти молоді» (2014–2016 рр., державний реєстраційний номер 0114U001514).

У роботі представлено результати дослідження особливостей прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю. Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком інтернет-середовища, збільшенням кількості його сервісів, які все більше підвищують привабливість мережі в очах молодого покоління. Саме на підлітковому етапі розвитку особистості стихійна взаємодія з інтернет-середовищем набуває певних окреслених форм, які можливо охарактеризувати як інтернет-медіакультура. Важливість дослідження мережевої медіакультури зумовлюється її роллю як інструменту інтеграції особистості в суспільну соціокультурну парадигму через реалізацію в інтернет-просторі. Інтернет можна вважати основною формою культурного становлення підлітка, що зумовлює необхідність вивчення умов у яких відбувається таке становлення.

В роботі аргументовано, що зміна односторонньої форми взаємодії, характерної для традиційних медіа на двосторонню, притаманну для мережі зумовлює поглиблене вивчення мережевої медіакультури. Надано визначення поняття інтернет-медіакультури особистості як культури сприйняття, обробки,

засвоєння інтернет медіаконтенту та його подальшої передачі в умовах взаємодії з інтернет-простором. Виділено шість типів інтернет-медіакультури: пасивне споживання, активне (цілеспрямоване) споживання, пасивне творення (тиражування), помірковане споживання, творення. Критеріями розподілу послужили залученість (активна або пасивна позиція) в інтернет-простір та характер взаємодії з мережею (споживання, творення).

Стрімке поширення мережі та доступність інтернету значно збільшили аудиторію користування ним і змінили його значення в житті людини. Вивчення феномену інтернет-захопленості, ще не достатньо методологічно обґрунтоване як окреме явище що зумовило дослідження групи користувачів, яка не має інтернет-залежності, але характеризується високим ступенем захопленості інтернетом. Масовий характер захопленості інтернетом обумовлює його соціально-психологічну природу. Мережа залишається привабливим простором для молодого покоління, влітається в його повсякденну діяльність та справляє вплив на соціальну реалізацію підлітка, де стрімко зростає роль віртуальної реалізації. Визначено інтернет-захопленість як процес регулярної взаємодії із віртуальним простором, яка не носить ознак патологічного потягу чи девіації, але є емоційно привабливою для користувача та справляє вплив призводить до психологічних та соціально-психологічних змін особистості. Інтернет-захопленість супроводжується емоційним потягом до віртуальної активності на противагу якому виступає інструментальне ставлення до мережі, що відображає нормальну форму користування інтернетом.

Проаналізовано проблему інтернет-медіакультури, означено стихійний та цілеспрямований характер її формування. Побудовано концептуальні моделі, які відображають процес стихійного та цілеспрямованого формування медіакультури в інтернет-середовищі. Вказано, що стихійне формування інтернет-медіакультури відзначається дією непродуктивних механізмів, йому характерні такі типи медіакультури як пасивне/активне споживання, пасивне/активне творення. Стихійний тип формування медіакультури

притаманний підліткам з інтернет-захопленістю. Цілеспрямоване формування спрямоване на виявлення непродуктивних та активізацію дії продуктивних соціально-психологічних механізмів в умовах рефлексивної взаємодії з інтернет-середовищем результатом якого є розвиток поміркованого споживання та творення медіаконтенту.

Відсутність методів дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури зумовило необхідність розробки відповідного інструментарію дослідження: опитувальника з дослідження прояву соціально-психологічних механізмів формування інтернет-медіакультури та анкети на визначення типів медіакультури. Процедура розробки опитувальника включала обґрунтування теоретичного конструкту опитувальника та його емпіричної верифікації. В результаті було виділено остаточний перелік соціально-психологічних механізмів формування медіакультури, розподіл яких було здійснено за критерієм продуктивності та непродуктивності. До механізмів продуктивного спрямування ми віднесли такі як: рефлексія, критичне сприйняття, автономізація та вольовий рівень регуляції. Саме ці механізми вказують на високий рівень медіакультури та передбачають помірковане споживання та творення медіаконтенту. Групу непродуктивних механізмів, які супроводжують стихійне формування, склали мимовільне сприймання, імпульсивність, зараження, навіювання, наслідування, мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація. Для формулювання тверджень опитувальника була здійснена подальша операціоналізація виявлених змінних. Представлено процедуру апробації опитувальника, наведено результати факторного аналізу. Здійснено перевірку на внутрішню надійність, конструктну та ретестову валідність.

В процесі емпіричної верифікації моделі стихійного формування медіакультури було виявлено низку статистично значущих кореляцій між симптомами інтернет-залежності та інтернет-захопленості та проявом непродуктивних соціально-психологічних механізмів мимовільного сприймання, імпульсивності, навіювання, зараження, мережевої ідентифікації

та мережевої ідентифікації, що вказує на їх непродуктивне спрямування. Наявність зворотніх статистично значущих кореляцій між симптомами інтернет-захопленості та інтернет-залежності і механізмами автономізації та критичного сприйняття свідчать, що їх дія не характерна захопленням інтернетом підліткам. Однофакторний дисперсійний аналіз ANOVA продемонстрував статистично значуще зростання прояву непродуктивних механізмів разом із зростанням рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності підлітків. Підлітки з меншим проявом залежності та захопленості мають нижчий рівень прояву вказаних механізмів. Дослідження дії продуктивних та непродуктивних механізмів продемонструвало зростання прояву непродуктивних механізмів разом зі зростанням схильності до таких типів медіакультури як «пасивне споживання», «активне (цілеспрямоване) споживання», «пасивне творення (тиражування)», «активне творення». Було зафіксовано статистично значуще зростання прояву продуктивних механізмів разом зі зростанням схильності респондентів до поміркованого споживання та поміркованого творення.

В процесі якісного дослідження медіакультури інтернет-захоплених підлітків із використанням методу напівструктурованого інтерв'ю було зафіксовано чіткий розподіл на виділені нами типи інтернет-медіакультури включно із поміркованим споживанням та творенням. Застосовуючи аналітичний підхід із подальшою класифікацією даних було побудовано теоретичні моделі відповідних типів інтернет-медіакультури. Виявлено, що всі типи медіакультури крім пасивного споживання характеризуються замкненістю із дією первинних і вторинних за своїм значенням соціально-психологічних механізмів. Тип інтернет-медіакультури пасивне споживання характеризується фрагментарністю. Зафіксовано ключову роль механізму ідентифікації як такого, що спрямовує процес формування медіакультури в інтернет-просторі із хаотичного руслу в структуровану площину.

Здійснене емпіричне дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури продуктивної та непродуктивної дії підлітка з

інтернет-захопленістю та типів його інтернет-медіакультури дозволило розробити експериментальну програму з вивчення можливостей формування медіакультури. Програма реалізовувалася у формі соціально-психологічного експерименту із залученням контрольної та експериментальної груп респондентів з групи інтернет-захоплених підлітків. Основною метою запропонованої програми є експериментальна перевірка можливостей активізації типу медіакультури «помірковане споживання/творення». Основними методами виступили групова та міжгрупова взаємодія як передумова створення рефлексивного середовища з метою активації продуктивних та дезактивації дії непродуктивних соціально-психологічних механізмів. В кінці програми було проведено повторний замір даних в обох групах респондентів, що продемонстрував в експериментальній групі у порівнянні з контрольною зниження прояву таких непродуктивних соціально-психологічних механізмів як наслідування, мережева ідентифікація та мережева інтеріоризація, наслідування та підвищення прояву критичного сприйняття на статистично значущому рівні. Результати самооцінки підлітків на початку та по завершенню програми продемонстрували якісні зміни критеріїв поміркованого споживання та творення медіакультури, що свідчить про її ефективність. Відсутність статистично значущих змін в появі механізмів автономізації, зараження, імпульсивності та зниження рефлексивності на статистично значущому рівні свідчить про перевагу стихійного формування над цілеспрямованим. Запропонована програма формування медіакультури може рекомендуватися для впровадження в загальноосвітніх закладах різного типу як програма профілактики інтернет-захопленості серед підлітків.

Ключові слова: інтернет-медіакультура, підлітки з інтернет-захопленістю, соціально-психологічні механізми, стихійне та цілеспрямоване формування

SUMMARY

Strilchuk O. V. Socio-psychological mechanisms of media culture formation of adolescents who have enthusiasm to the Internet. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

The dissertation for Candidate Degree in Psychological Sciences in specialty 19.00.05 – Social Psychology. – Institute for Social and Political Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine. Kyiv, 2020.

This work was carried out within the framework of scientific topic of the Department of Mass Communication and the Media Literacy of the Institute for Social and Political Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine "Social-Psychological and Psychological- Pedagogical Conditions of Organization of Youth Media Education" (state registration number 0114U001514).

The paper presents the results of a study of the features of the manifestation of socio-psychological mechanisms of media culture formation in adolescents with the risk of Internet enthusiasm. The relevance of the study is due to the rapid development of the Internet environment, increasing the number of its services which makes the network more attractive for the younger generation. It is at the adolescent stage of personality development that spontaneous interaction with the Internet environment acquires certain outlined forms which can be described as online media culture. The importance of the study of online media culture is due to its role as a tool for integrating the individual into the social socio-cultural paradigm through the implementation in the Internet space. The Internet can be considered the main form of cultural development of the adolescent, which necessitates the study of the conditions in which such formation takes place. The paper argues that the change of the two-way form of interaction, characteristic of traditional media to the three-way, inherent in the network leads to an in-depth study of network media culture. There the definition of the concept of Internet media culture of the individual as a culture of perception, processing, assimilation of Internet media content and its subsequent retransmission in terms of interaction with the Internet space is given. There are highlighted six types of Internet media culture: passive consumption, active (selective) consumption, passive creation (replication), moderate consumption, creation. The criteria for distribution were torture (active or passive position) in the Internet space and the nature of interaction with the network (consumption, creation).

The rapid spread of the network and the availability of the Internet have significantly increased the audience for its use and changed its importance in human life. This has led to a decline in interest in the study of Internet addiction as a pathological form of behavior. However, the high relevance of a more fundamental study of the phenomenon of Internet enthusiasm, which is not yet sufficiently methodologically sound as a separate phenomenon. The paper analyzes Internet addiction as a socio-psychological phenomenon. The network remains an attractive space for the younger generation, interweaves in its daily activities and influences the social realization of adolescents: reduced motivation to learn and various extracurricular activities, the transformation of interpersonal relationships towards virtuality, changes in value and meaning, where priority is given to material. Internet addiction is defined as a process of permanent interaction with cyberspace, which does not show signs of pathological attraction or deviation, but has an impact on everyday life and leads to changes in the cognitive, affective and motivational-value spheres of personality. The paper indicates that Internet enthusiasm is accompanied by a value attitude to the network, as opposed to an instrumental attitude that reflects the normal form of Internet use. The problem of formation of media culture is analyzed, its division into spontaneous and purposeful is carried out. Conceptual models are constructed, which reflect the peculiarities of formation and differences between the nature of the functioning of spontaneous and purposeful development of media culture in the Internet environment. It is indicated that the spontaneous formation of Internet media culture is marked by the action of unproductive mechanisms and is accompanied by such types of media culture as passive / active consumption, passive / active creation, as well as the value attitude to the network. It is the spontaneous type of media culture formation that is characteristic of teenagers with Internet enthusiasm. Purposeful formation is aimed at identifying unproductive and intensifying the action of productive socio-psychological mechanisms in the conditions of reflexive interaction and its purpose involves the development of this type of media culture as moderate consumption of creation and instrumental attitude to the network.

The lack of research methods for socio-psychological mechanisms of media culture formation necessitated the development of appropriate research tools: a questionnaire to study the manifestation of socio-psychological mechanisms of Internet media culture formation and a questionnaire to determine the types of media culture. The procedure for developing the questionnaire included substantiation of the theoretical construct of the questionnaire and its empirical verification. As a result, the final list of socio-psychological mechanisms of media culture formation was identified, the distribution of which was carried out according to the criteria of productivity and unproductivity. The mechanisms of productive direction, we included such as: reflection, critical perception, autonomy and volitional level of regulation. It is these mechanisms that indicate a high level of media culture and are effective in the process of its purposeful formation, which, despite their psychological nature in terms of interaction, acquire a socio-psychological content. The group of unproductive mechanisms consisted of reflexivity (automatism), impulsivity, infection, suggestion, imitation, network internalization, network identification. To formulate the statements of the questionnaire, further operationalization of the identified variables was carried out. The procedure of approbation of the questionnaire is presented, the results of the factor analysis are given. Internal reliability, external and retest validity were checked. The analysis of the obtained data showed an increase in a statistically significant increase in the manifestation of unproductive mechanisms together with an increase in the level of Internet enthusiasm of adolescents. The study of the action of productive and unproductive mechanisms has shown an increase in the manifestation of unproductive mechanisms along with an increase in the tendency to such types of media culture as "passive consumption", "active (selective) consumption", "passive creation (replication)", "active creation". There was an increase in the manifestation of productive mechanisms along with an increase in the tendency of respondents to moderate consumption and moderate creation.

In the process of qualitative research of the media culture of Internet-enthusiastic adolescents using the method of in-depth interviews, there was a fairly

clear division into the types of Internet media culture we have identified, including moderate consumption and creation. Applying an analytical approach with subsequent classification of data, theoretical models of relevant types of Internet media culture were built. It is revealed that all types of media culture, except for passive consumption, are characterized by isolation with the action of primary and secondary socio-psychological mechanisms. The type of Internet media culture passive consumption is characterized by fragmentation. The key role of the identification mechanism as one that directs the process of formation of media culture in the Internet space from a chaotic channel to a structured plane is fixed.

An empirical study of socio-psychological mechanisms of formation of media culture of productive and unproductive action of adolescents at risk of Internet addiction and types of his Internet media culture allowed to develop an experimental program to study the possibilities of media culture. The program was implemented in the form of a socio-psychological experiment with the involvement of control and experimental groups of respondents. The main purpose of the proposed program is to experimentally test the possibilities of activating the type of media culture "moderate consumption / creation". The main methods were group and intergroup interaction as a prerequisite for creating a reflexive environment to identify the effects of unproductive socio-psychological mechanisms. At the end of the program, data were re-measured in both groups of respondents, which showed in the experimental group compared with the control reduction of unproductive socio-psychological mechanisms such as imitation, network identification and network internalization, reflex perception and increased critical perception. There were no statistically significant changes in both groups on such scales as "autonomy", "impulsivity", "infection". The results of the survey after the program of development of media culture showed a decrease in the level of development of reflexivity in comparison with the control group, which may indicate a decrease in the level of social desirability. The proposed program of media culture can be recommended for implementation in secondary schools of various types as a program to prevent Internet addiction among adolescents.

Key words: Internet media culture, teenagers with Internet enthusiasm, socio-psychological mechanisms, spontaneous and purposeful formation.

СПИСОК НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

А) Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях, затверджених МОН України:

1. Стрільчук О. В. Трансформація інтернету: від патологічного потягу до соціальної необхідності / О. В. Стрільчук // Наукові студії із соціальної та політичної психології: зб. статей / НАПН України, Ін-т соціальної та політичної психології. – К., 2013. – Вип. 33(36). – С. 215-225.

2. Стрільчук О. В. Вплив комп'ютерної захопленості на розвиток рефлексивності у підлітків / О. В. Стрільчук // Психологічні перспективи. – Луцьк, 2015. – №25. – С. 217-229.

3. Стрільчук О.В. Дослідження проблеми захопленості інтернетом та комп'ютером в середовищі сучасних українських школярів / О. В. Стрільчук // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – Київ; Ніжин: ПП Лисенко, 2015. – Том XI. – Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. – Вип. 15. – С. 511-521.

Публікації у виданнях, які входять до міжнародних науково метричних баз:

4. Стрільчук О.В. Стрільчук О.В. Можливості формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю / О. В. Стрільчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки. – Херсон, 2018. – № 5 – Том 2. – С. 166-173.

5. Стрільчук О. В. Якісне дослідження типів інтернет-медіакультури підлітків та соціально-психологічні механізми їх формування / О. В. Стрільчук // Теорія і практика сучасної психології. – Запоріжжя, 2019. – № 4. – Т.1. – С.140-147.

6. Обґрунтування процедури розробки авторського опитувальника «Дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури» / О. В. Стрільчук // Теорія і практика сучасної психології. – Запоріжжя, 2019. – № 6. – Т.1. – С. 158-164.

Б) Опубліковані праці апробаційного характеру:

7. Стрільчук О.В. Особливості соціалізації дитини в умовах кіберсередовища. Кіберпродукція як полегшена альтернатива реального життя / О. В. Стрільчук // Навчально-методичний посібник «Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід» (за ред. Л.А. Найдюнової, О.Т. Барішпольця). – Київ, 2009. – С. 251-258.

8. Стрільчук О. В. Медіаосвіта як шлях подолання кризи в умовах інформаційної війни / О. В. Стрільчук // V Міжнародна науково-практична конференція «Психологія переживання кризових подій». – Ніжин, 2014. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ndu.edu.ua/images/stories/2014/konf_psy/strilchuk.pdf

9. Стрільчук О. В. Вплив комп'ютерної та інтернет-захопленості на розвиток рефлексії у підлітків / О. В. Стрільчук // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Технології психологічного впливу в сучасних умовах». – Черкаси, 2014. – С. 64-66.

10. Стрільчук О. В. Зміна підходів до вивчення медіакультури підлітків в інтернет-середовищі / О. В. Стрільчук // Збірник матеріалів V Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених «Наукова молодь-2017» – К.: ІТЗН НАПН України, 2017. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/view/divisions/gen=5Fres=5Fiitzn/2017.html>.

11. Стрільчук О.В. Інтернет-захопленість як проблема сучасної сім'ї / О. В. Стрільчук // Сімейна політика в Україні: проблеми і перспективи розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [Ред. кол. І. Г. Губеладзе та ін.] – К., 2018. С. 169-174.

12. Strilchuk O. V. The cognitive methods of protection the adolescences' mental health in theWorldWideWeb/ O. V. Strilchuk // Mental Health Global Challenges, November, 2018. [Електроний ресурс]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/328948146_Mental_Health_global_challenges_Journal_-_2018

13. Стрільчук О. В. Основні принципи розвитку медіакультури в сучасних українських школах / О. В. Стрільчук // Збірник матеріалів VII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених «Наукова молодь-2019» (Київ, 4 жовтня 2019 р.). – К.: ЦП Компринт, 2019. – С. 49-51.

ЗМІСТ

ВСТУП	16
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ МЕДІАКУЛЬТУРИ У ПІДЛІТКІВ З ІНТЕРНЕТ-ЗАХОПЛЕНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЇЇ ФОРМУВАННЯ.....	23
1.1. Сучасні наукові погляди на дослідження медіакультури.....	23
1.2. Підліткова інтернет-захопленість як соціально-психологічне феномен.....	34
1.3. Модель соціально-психологічних механізмів формування інтернет-медіакультури підлітка	41
Висновки до першого розділу.....	49
РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ МЕДІА КУЛЬТУРИ У ПІДЛІТКІВ З ІНТЕРНЕТ-ЗАХОПЛЕНІСТЮ.....	51
2.1. Організація та дизайн емпіричного дослідження.....	51
2.2. Обґрунтування методологічного концепту дослідження та виявлення емпіричних індикаторів соціально-психологічних механізмів формування медіа культури у підлітків з інтернет-захопленістю.....	58
2.2.1. Розробка та апробація опитувальника з дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітків.....	70
2.3. Особливості прояву продуктивних і непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю.....	85
2.4. Дослідження типів інтернет-медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю методом напівструктурованого інтерв'ю.....	109
Висновки до другого розділу.....	128
РОЗДІЛ III. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ДІЇ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ У ПІДЛІТКІВ З ІНТЕРНЕТ-ЗАХОПЛЕНІСТЮ.....	131
3.1. Зміст і процедура експерименту з вивчення дії соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю	

продуктивного та непродуктивного спрямування.....	131
3.2. Оцінка ефективності впровадження експериментальної програми розвитку медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю.....	147
Висновки до третього розділу.....	165
ВИСНОВКИ	167
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	170
ДОДАТКИ	195

ВСТУП

Актуальність дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю зумовлена проблемою значного впливу інтернету на аудиторію його користувачів. Масовість використання інтернету змінила індивідуально-психологічний зміст проблеми комп'ютерної залежності на соціально-психологічний феномен інтернет-захопленості.

Дослідження проблеми інтернет-залежності або комп'ютерної залежності набули великої популярності спочатку в США (І. Голдберг, М. Гріффітс, Д. Грінфілд, М. Орзак, Дж. Сулер, М. Шотон, К. Янг), а потім і в країнах Європи, Росії та України (А. Войськунський, Г. Грезійон, А. Жичкіна, О. Камінська, К. Керделлан, В. Лоскутова (Бурова), Н. Малєєва, Р. Пацлаф, В. Плохіх, Т. Юр'єва). Із розширенням сфери користування інтернетом посилений інтерес почала викликати найбільш численна група користувачів мережею, яка перебуває на межі залежності і її відсутності та характеризується дослідниками як захоплена інтернетом.

Дослідники проблем вітчизняної медіакультури та медіа грамотності (О. Баришполец, Г. Мироненко (Абаніна), Л. Найдьонова, О. Петрунько, Ю. Чаплінська, Н. Череповська) розглядали проблему виникнення медіазалежностей та інтернет-залежності зокрема як наслідок низького рівня медіакультури особистості. Високий рівень інтернет-захопленості та інтернет-залежності серед підлітків призводить до розвитку непродуктивних форм інтернет-медіакультури – культури масового копіювання, засвоєння інтернет-цінностей, домінування мережевої ідентичності над об'єктивною. З метою розвитку якісних форм взаємодії з інтернет-простором постала необхідність дослідити соціально-психологічні механізми, які безпосередньо задіяні у становленні медіакультури підлітка з інтернет-захопленістю та на базі отриманих емпіричним шляхом даних розробити ефективні способи цілеспрямованого формування медіакультури таких підлітків.

Саме це зумовило вибір теми дослідження: «Соціально-психологічні механізми формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Роботу виконано в межах науково-дослідницької теми лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України «Соціально-психологічні та психолого-педагогічні умови організації медіаосвіти молоді» (2014–2016 рр., державний реєстраційний номер 0114U001514). Тему узгоджено бюро Міжвідомчої ради з координації наукових досліджень з педагогічних і психологічних наук в Україні (протокол № 3 від 30.06.2020).

Об'єкт дослідження – медіакультура підлітків з інтернет-захопленістю.

Предмет дослідження – соціально-психологічні механізми формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю.

Мета дослідження: визначити особливості прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю.

Завдання дослідження:

1. Здійснити теоретико-методологічний аналіз сучасних досліджень медіакультури, інтернет-залежності й інтернет-захопленості та розробити концептуальну модель формування медіакультури підлітка захопленого інтернетом.

2. Обґрунтувати методичні засади дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури, розробити авторський опитувальник дослідження цих механізмів та представити результати його апробації.

3. Емпірично вивчити особливості прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю й інтернет-залежністю та типів медіакультури.

4. Експериментально визначити можливості формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю шляхом активації соціально-психологічних механізмів продуктивної дії та дезактивації механізмів непродуктивної дії.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та вирішення поставлених завдань використано:

- *загальнотеоретичні методи:* теоретико-методологічний аналіз наукових концепцій та поглядів з проблеми дослідження медіакультури та інтернет-простору, теоретичне моделювання, метод аналітичної дедукції застосований в процесі розробки авторського інструментарію дослідження, узагальнення та інтерпретація;

- *емпіричні методи:* опитування, якісні методи соціально-психологічного дослідження (метод фокус-груп, глибинне напівструктуроване інтерв'ю, спостереження, експертна оцінка вправ програми). Для виділення групи інтернет-захоплених підлітків було використано тест «Шкала інтернет-залежності С. Чена» (CIAS). З метою емпіричного доведення впливу інтернет-залежності та інтернет-захопленості на зростання ролі віртуальної реалізації ідентичності було застосовано шкалу «Надання переваги інтернету перед реальним життям» тесту «Сприйняття інтернету» Є. Щепіліної та А. Войскунського; авторський опитувальник на визначення соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю, авторська анкета на визначення типів медіакультури, анкета самооцінки підлітків рівня сформованості медіакультури «Поміркване споживання творення»:

- *експериментальні:* соціально-психологічний експеримент з метою перевірки дії продуктивних та непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю;

- *математично-статистичні методи:* факторний аналіз (метод головних компонент) для визначення найбільш значимих змінних для розробки авторського опитувальника на дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури. Індекс α -Кронбаха для визначення внутрішньої надійності шкал авторського опитувальника. Коефіцієнт Колмагорова-Смірнова та коефіцієнт Лівеня для перевірки нормальності розподілу даних. Кореляційний аналіз для визначення ретестової надійності

авторського опитувальника. Описова математична статистика, кореляційний аналіз з використанням коефіцієнту кореляції r Пірсона для визначення статистично значущих кореляцій між симптомами інтернет-захопленості та інтернет-залежності та соціально-психологічними механізмами формування медіакультури. Однофакторний дисперсійний аналіз ANOVA для дослідження прояву соціально-психологічних механізмів залежно від рівня захопленості та інтернет-залежності та схильності до певного типу медіакультури; рівня прояву продуктивних і непродуктивних механізмів залежно від ступеню захопленості інтернетом. Т-критерій Стьюдента для визначення статистично значущих відмінностей активізації соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в хлопців і дівчат до та після впровадження соціально-психологічного експерименту. Обробка даних виконувалась за програмою SPSS 20.0. Опрацювання масиву даних отриманих якісними методами відбувалося із застосуванням пошукової стратегії в межах аналітичного підходу та методу контент-аналізу.

Наукова новизна дослідження.

Уперше:

– *побудовано* концептуальну модель стихійного та цілеспрямованого формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю, за якою стихійне її формування відбувається під дією соціально-психологічних механізмів непродуктивної дії та призводить до формування таких типів медіакультури, як пасивне споживання, активне (цілеспрямоване) споживання, пасивне творення (тиражування), активне творення; цілеспрямоване формування – під дією продуктивних механізмів та веде до розвитку поміркованого споживання і творення;

– *виявлено* дію таких непродуктивних соціально-психологічних механізмів стихійного формування медіакультури інтернет-захопленого підлітка як мимовільне сприймання, наслідування, зараження, імпульсивності, мережевої ідентифікації, мережевої інтеріоризації, яка проявляється у їх

статистично значущому зростанні разом зі зростанням рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності;

– *встановлено*, що культура передачі медіа повідомлень у підлітків з інтернет-захопленістю, які схильні до активного творення формується під дією таких соціально-психологічних механізмів як соціальне підкріплення, відтворення, віртуальна емпатія, екстеріоризація;

– *з'ясовано*, що типам інтернет-медіакультури – активне (цілеспрямоване) споживання, пасивне творення (тиражування) та активне творення характерний прояв дії механізму мережевої ідентифікації, яка зумовлює їх цілісний характер. В типі інтернет-медіакультури «пасивне споживання» дія вказаного механізму не відстежується, тому він характеризується фрагментарністю.

Уточнено:

– феномен інтернет-захопленості як процесу регулярної взаємодії із віртуальним простором, яка не носить ознак патологічного потягу чи девіації, але є емоційно привабливою для користувача та призводить до психологічних та соціально-психологічних змін особистості. Надано характеристику груп інтернет-захоплених користувачів, що перебуває на межі наявності інтернет-залежності та її відсутності.

Поглиблено уявлення про:

– феномен інтернет-медіакультури – проаналізовано таку його специфічну складову як інтерактивність, що розширює предмет вивчення інтернет-медіакультури та виступає передумовою зміни односторонньої комунікації з медіапростором на двосторонню, де користувач виступає в ролі повноцінного творця медіаконтенту; доповнено визначення інтернет-медіакультури особистості як способу взаємодії користувача з інтернет-середовищем через сприйняття та розповсюдження медіа повідомлень, що супроводжується засвоєнням цінностей та норм інтернет-простору;

– типи інтернет-медіакультури, які розподілені за критерієм характеру взаємодії (споживання/творення) та ступенем залученості в мережу (пасивна, активна, поміркована).

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання представленої у роботі програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю в загальноосвітніх школах. Діагностичний інструментарій визначення особливостей прояву соціально-психологічних механізмів продуктивної та непродуктивної дії в процесі формування медіакультури може становити методичну основу подальших соціально-психологічних досліджень взаємодії особистості з медіа. Теоретичний та емпіричний матеріал може бути корисним в подальшому вивченні особливостей культурної реалізації особистості в мережі із поглибленням уявлення про дію соціально-психологічних механізмів, які супроводжують таку реалізацію. Отримані емпіричні результати можуть бути використані у викладанні курсів «Основи медіакультури» та розробки та викладання навчальних курсів із медіапсихології та медіаосвіти.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення, результати емпіричного дослідження та висновки роботи доповідалися й обговорювалися на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Технології психологічного впливу в сучасних умовах» (28-29 жовтня 2014р., м. Черкаси); VII Всеукраїнській науковій конференції «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави» (5-6 листопада 2014 р., м. Київ); V Міжнародній науково-практичній конференції «Психологія переживання кризових подій» (20 листопада, 2014 р., м. Ніжин); V Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених «Наукова молодь-2017» (14 грудня 2017 р., м. Київ); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сімейна політика в Україні: проблеми і перспективи розвитку» (04 квітня 2018 р., м. Київ); II Міжнародній науково-практичній конференції з питань охорони психічного здоров'я «Психічне здоров'я: глобальні виклики XXI століття» (Mental Health Global Challenges); VII Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених «Наукова молодь-2019» (4 жовтня 2019 р., м. Київ).

Результати дослідження було **впроваджено** в навчальну практику ліцею ім. Івана Багряного I-III ступенів м. Києва (64/01-16 від 20.02.2020), ЗОШ I-III ступенів №99 м. Києва (01-17/168 від 17.06.2020), ЗОШ I-III ступенів №5 м. Кам'янця-Подільського Хмельницької області (від №69 від 18.06.2020).

Публікації. Основний зміст роботи відображено в 13 одноосібних публікаціях, із них 6 статей у наукових фахових виданнях, включених до переліку МОН України, 3 з яких індексуються міжнародними наукометричними базами; 7 – у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загального висновку, списку використаних джерел, що налічує 260 найменувань (з них 35 іноземними мовами) та додатків. Загальний обсяг дисертації становить 220 сторінок, основна частина – 154 сторінки. Дисертація містить 13 таблиць та 17 рисунків. Додатки розміщено на 26 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ У ПІДЛІТКІВ З ІНТЕРНЕТ-ЗАХОПЛЕНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЇЇ ФОРМУВАННЯ

Представлено аналіз проблеми медіакультури та інтернет медіакультури. Уточнено визначення інтернет-медіакультури. Проаналізовано феномен медіа активності, виділено та описано типи інтернет-медіакультури. Проаналізовано соціально-психологічний зміст феномену інтернет-захопленості, надано його визначення та перелічено стадії формування. Продемонстровано основні відмінності в прояві інтернет-залежності та інтернет-захопленості. Здійснено теоретичний аналіз соціально-психологічних механізмів, які беруть участь у процесі формування медіакультури, відзначено її стихійний та цілеспрямований характер. Обґрунтовано продуктивну та непродуктивну дію таких механізмів на прикладі моделей стихійного та цілеспрямованого формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю.

1.1. Сучасні наукові погляди на дослідження медіакультури

Актуальність розвитку медіакультури особистості зростає в контексті все більшої втрати індивідуальності в глобальному медіапросторі і зумовлена потребою протиставлення особистості масовій культурі на чому наголошували такі дослідники як Р. Барт, Ж. Бодріяр, Ж. Дельоз, Ж. Дерріда, Л. Віготський, П. Вінтерхофф-Шпрук, Г. Лебон, М. Мафесолі [11; 21; 30; 38; 49; 50; 95; 114; 116]. Медіакультура розглядається дослідниками як частина загальної культури [126, с., 70]. Н. Кирилова визначає медіакультуру як посередника між індивідом і реальністю, який допомагає сприймати реальність, медіа створюють міф в який «упаковуються» реальність. Медіакультура включає в себе культуру передачі інформації і культуру її сприйняття [79, с.8]. Н. Кирилова інтерпретує вказаний феномен як «дітище» сучасної культурологічної теорії, що означає

особливий тип культури інформаційної епохи, що виступає посередником між суспільством і державою, соціумом і владою [83].

Серед активних дослідників в галузі медіакультури варто відзначити представників британської медіа школи Л. Мастермана. (теорія критичного мислення), К. Безелгета, Е. Харта (культурологічна теорія) [226; 238; 243;]. Л. Мастерман наголошує на формуванні критичної автономності, що передбачає «локальний аналіз» медіатексту, звернення до інших джерел, що містять аналогічну інформацію, формування узагальнених висновків [243, с.37].

Дослідженням проблем медіакультури та медіаосвіти в Росії займалися О. Федоров та Н Кирилова [78; 79; 80; 81; 82; 83; 199; 200]. Значна роль надається критичному сприйнятті медіатекстів та творчому аспектові взаємодії з медіа, роботі лабораторій та клубів зі створення учасниками власної медіапродукції [201; 202]. В Україні активну увагу вивченню проблем формування медіакультури приділяють такі науковці як О. Барішполець, О. Вознесенська, Г. Коневіщинська, Г. Мироненко (Абаніна), Л. Найдьонова, Г. Онкович, О. Петрунко, Б. Потятинник, Ю. Чаплінська Н., Череповська, [9; 88; 124; 136; 137; 142; 147; 154; 209; 213]. Їх праці дають змогу систематизувати розлогий категоріальний апарат визначення медіакультури та означити в процесі її формування роль та місце таких понять як медіаосвіта, медіаграмотність, медіаобізнаність, медіакомпетентність. Зокрема О Барішполець називає медіа обізнаність, медіа грамотність та медіа компетентність складовими медіакультури особистості. Медіакультура особистості в свою чергу інтерпретується ним як комплекс настанов (установок) щодо характеру інформаційного продукту, отримуваного від масмедіа, як систему інформаційних потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок користуватися засобами масмедіа та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених в процесі соціалізації [117, с.72]. Мироненко Г. під індивідуальною медіа культурою розуміє ступінь обізнаності в питаннях мас-медіа, здатність до самостійного критичного аналізу медіа текстів, а також володіння прийнятними з морально-етичної точки зору

способами сприймання, споживання, засвоєння та використання медіа продукції [117, с. 277]. Череповська Н. зазначає, що особистісна медіакультура передбачає розвинене аналітичне, критичне мислення, рефлексію, автономізацію щодо будь-якої медіа продукції, здатність суб'єкта ефективно функціонувати через масмедіа культурну, політичну тощо інформацію та адекватно реагувати на неї [214, с. 262-267]. О. Вознесенська трактує поняття медіа грамотності як сукупність мотивів що сприяють сприйняттю, добору, використанню, критичному аналізу медійної інформації, «прочитуванню» підтекстів і тлумачення їх; здатність використовувати засоби масової комунікації для задоволення інформаційних потреб, оцінювати, створювати і передавати повідомлення різноманітних форм, жанрів, а також аналізувати складні процеси соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в суспільстві [31]. Важливо зауважити, що особливості функціонування масмедіа зумовлюють напрям розвитку медіакультури. Відповідно, в проблемі дослідження медіакультури важливо насамперед розглянути поняття медіапростору не лише як знакової системи, а як соціально-психологічного та культурного явища. З цією метою доцільно зробити аналіз актуальних досліджень ролі медіа у формуванні соціокультурної парадигми сучасного суспільства.

Дослідники функціонування масмедіа вказували на зміну способу засвоєння та передачі інформації – лінійний та структурний спосіб подачі повідомлень характерний друкованим текстам уступив місце інформаційній довільності [109]. Фрагментарний та масовий характер передачі медіаповідомлень притаманний аудіовізуальним ЗМІ суттєво вплинув на традиційний спосіб формування знання. Моль А. у своїй книзі «Соціодинаміка культури» описує проблему занепаду гуманітарного знання та формування мозаїчного та фрагментарного типу мислення під впливом ЗМІ [126]. Розвиток інформаційного суспільства спровокував критику нового типу споживацької свідомості, що виник під впливом медіа [11; 21; 49; 52; 74; 75; 204]. Ж. Бодріяр розглядав медіа як деструктивний конструкт, який наносить нищівний удар

розвиткові культури знищуючи унікальність мистецтва натомість створюючи та поширюючи численні копії-симулякри [21]. Ф. Джеймісон вказує на те, що сучасна постмодерна культура залежить від економічних потреб суспільства, що робить її масовою та перетворює на товар [52, с.83]. Кастельс М. описує ідеологію конс'юмеризму, суть якої полягає у формуванні глобальної культури розваг. Індивідуалізм в глобальній споживацькій культурі здатен проявитися лише в тому, що споживач може самостійно вибрати в ній щось для себе, хоча самостійність вибору автор також ставить під сумнів [75]. Маркузе Г. пише про придушення особистісної автономії стандартними потребами (псевдопотребами) насадженими ЗМІ, виникнення однотипних форм поведінки [114]. Проблема негативного впливу культури масмедіа також неодноразово ставала предметом дослідження вітчизняних та російських вчених, які вказували на необхідність формування ефективних форм взаємодії з медіапростором [12; 101].

Окрему увагу варто звернути на концепцію М. Маклюєна, присвячену аналізу функціонування різних видів ЗМІ як необхідності зовнішнього розширення індивіда. Праці М. Маклюєна містять ґрунтовний соціокультурний аналіз змін індивідуальної та колективної свідомості людства, відхід від заглибленого індивідуалізму, притаманного читанню та возз'єднання в єдиній спільній свідомості створеній глобально функціонуючими медіа. Маклюєн М. зазначає, що в майбутньому сама робота буде полягати в навчанні як жити в епоху автоматизації та інформатизації, із появою медіа прийшов кінець дихотомії культури і технології, мистецтва і комерції, роботи та відпочинку. Існує потреба індивіда в постійному розширенні власного «Его», що із сучасними технологічними можливостями отримало не метафоричне, а буквальне втілення через самопрезентацію в мережі [110].

Усі перераховані особливості медіапростору набули максимальної реалізації в мережі інтернет, що на сьогодні користується найбільшою популярністю серед інших видів ЗМІ. Інтернет давно перестав бути лише джерелом інформації, воно об'єднує суспільство, впливає на цінності,

поведінку та настанови. Мережа інтернет є динамічним середовищем та потребує постійного вивчення, що зумовило появу численних досліджень присвячених особливостям функціонування інтернет-простору. Його все більша технологічна доступність перетворили інтернет на глобальний інструмент комунікації та головний чинник соціокультурних змін в суспільстві. Ми можемо умовно розділити дослідження інтернету на наступні складові: 1) *технологічна*: аналіз структурних компонентів мережі (соціальні мережі, пошукові системи масові мультикористувацькі онлайн ігри тощо), 2) *концептуальна*, що передбачає особливості та закономірності функціонування інтернет-середовища, аналіз проблем віртуальності відображений у працях А. Войскунського, Н. Носова, Г. Почепцова [35; 140; 159]; 3) *психологічна* – дослідження проблем впливу інтернету на особистість та виникнення медіа залежностей, описана О. Бондаровською, А. Жичкіною, В. Лоскутовою (Буровою), Г. Мироненко (Абаніною), В.Посоховою, В. Малигіним [22; 57; 102; 124; 153]; 4) *соціально-психологічна* спрямована на вивчення суспільства та окремих суспільних груп під впливом мережі, дослідження медіавпливів, інтернетсоціалізації (кіберсоціалізації), комунікації, проблеми формування медіакультури. Дослідженням соціально-психологічної складової функціонування інтернету займалися І. Дорошин, Н. Кирилова, О. Кришовська, А. Лучінкіна, Л. Найдьонова, О. Петрунько, , В. Плешаков, І. Субашкевич, О. Федоров, Н. Шишко [54; 79; 90; 105; 136; 147; 150; 192 199; 219].

Те, яким чином функціонує мережа (технологічна та концептуальна складова) визначає напрям досліджень її впливу на особистість та суспільство (психологічна та соціально-психологічна складова). Серед вітчизняних дослідників концептуальної складової інтернет-середовища можна відзначити праці Г. Почепцова. Автор зауважує, що інтернет приніс у наше життя багато нового і саме це нове, закриваючи очі користувачам та демонструючи лише позитиви, не дозволяє розпізнати небезпеку. Г.Почепцов відступаючи від традиційних негативних або позитивних оцінок стосовно мережі здійснює

грунтовний аналіз небезпек інтернет медіапростору в контексті функціонування сучасного глобального інформаційного середовища. Аналізуючи дослідження мережі здійснені зарубіжними науковцями, дослідник акцентує свою увагу на підживлені емоційної складової інтернет-середовища, а саме негативної та стресогеної її сторони. Зокрема, це стосуються соціальних мереж: чинник постійного стресу замість того, «щоб стати двигуном змін, просто підтримує систему в стабільності» [156, с. 23]. Перенасиченість інтернет-контенту емоціями блокує раціональне мислення, що призводить до можливості здійснення маніпуляції та впливу на користувача. Мережеві он-лайн ігри на відміну від аналогових, що активують когнітивний компонент, стимулюють підвищений рівень збуджуваності та терміновості. Заміна вербальної орієнтації на візуальну призводить до загального інтелектуального падіння, формування інших інтересів та орієнтацій. Однією із місій сучасного інтернет медіапростору автор вбачає використання інструментарію, що спрямований на досягнення штучно створеними контекстами результатів у реальному житті, так звана «імплементация фальшивих мрій». Віртуальний простір створює картинку відмінну від реальності через що, на думку автора, перебування у стані когнітивного дисонансу перетворилося на норму для сучасної людини. Г. Почепцов вказує на феномен гейміфікації, який нерозривно пов'язаний із зниженням вміння до фантазування, що є передумовою здатності прогнозу в наслідки вчинених дій [161, с. 84; 159]. На думку М. Дворник фантазія відноситься до малоструктурованих видів прогнозування майбутнього [48, с.14]. Однією із важливих тез Поцепцова Г. є те, що інформаційні, комунікативні та смислові війни, які розгортаються в сучасному комунікативному просторі спрямовані не на зміну інформації, а на зміну системи знань [155; 159; 160; 161].

Проте головною відмінністю інтернет-медіапростору, яка дозволяє йому динамічніше реагувати на суспільні зміни, ніж традиційні ЗМІ є такі його риси як вільна участь у творенні медіаконтенту та вільний вибір медіаконтенту. Користувачі «пересікаючи» простір всесвітньої павутини та самостійно

формуючи інтертекстуальні зв'язки створюють нові значення в мережі [241]. Розвиток інтерактивної складової інтернету дозволив індивіду виступити в якості суб'єкта взаємодії, який безпосередньо бере участь у смисловому наповненні кіберпростору. Інтернет дає можливість реалізації індивідуальних імпульсів, які розкриваються в соціально орієнтованому середовищі мережі. До передачі та сприймання інформації долучився процес творення медіаконтенту. Сучасна медіакультура характеризується не лише масовим споживанням, але й масовим творенням інформації. В даному випадку важливо зауважити, що мова йде про творення користувачем власних повідомлень, що переносить акцент дослідження на усвідомлення не лише мотивів зовнішнього впливу, а мотивів особистої участі в мережевому просторі. Інтерактивність віртуального середовища, на думку австралійського дослідника медіа-культури Д. Матісона, змінила уявлення про традиційне означення споживачів інформації такими словами як «аудиторія», «глядач» або «читач». Інтернет надав можливість безпрецедентного права участі в інформаційному середовищі з боку будь-якого користувача, що призвело до зміни загальноприйнятої моделі взаємодії з мас-медіа: творець-споживач на творець-споживач-творець [115, с.235].

На нашу думку, із урахуванням таких особливостей функціонування інтернет-середовища доцільно здійснити його розподіл на *інформаційну* та *інтерактивну* складову. Перша стосується культури передачі та споживання інформації, друга включає культуру творення медіаконтенту і як можливе її доповнення технологічну медіакультуру. М. Жижина вказує, що значний вплив інтернету на молодіжну аудиторію зумовлює появу окремого феномену «Інтернет-культури», яка володіє власними нормами, символами, цінностями, мережевим етикетом, мережевим сленгом і мережевим мисленням [55]. Предметом вивчення медіакультури особистості стала не лише якість взаємодії зі ЗМІ, що виражається у здатності сприймати та аналізувати медіатексти, а форми безпосередньої реалізації індивіда в мережі. Отже, ми визначаємо *інтернет-медіакультуру* як специфічну соціокультурну форму мережевої активності, яка характеризується власними нормами, правилами та цінностями.

Інтернет-медіакультура особистості – це спосіб взаємодії з інтернет-середовищем через сприйняття, обробку та розповсюдження медіа повідомлень, що супроводжується засвоєнням цінностей та норм інтернет-простору. В роботі ми послуговуватимемося наступними визначеннями: *інтернет-медіакультура, мережева медіакультура, медіакультура інтернет-захопленого підлітка*.

Розширення предмету медіакультури, викликане зміною односторонньої на двосторонню форму взаємодії з інтернетом, зумовило появу такого нового витка досліджень в проблемі формування медіакультури як медіаактивність. Мироненко Г. визначає три рівня інтернет-активності: пасивний (деструктивний рівень, що характеризується поверхневими контактами з медіа та формуванням медіа залежностей); активний (критичний, цілеспрямований пошук інформації); конструктивний (здатність до класифікації та використання різних типів медіа контенту, продукування нових медіа текстів) [124, с.54-55]. О. Вознесенська розглядає поняття медіаактивності як основу загальної медіакомпетентності особистості, визначаючи три її рівня: пасивне сприйняття інформації (безцільне користування телебаченням та інтернетом, відсутність медіа творчого підходу); середня активність (реактивна діяльність) характеризується більшою вибірковістю щодо контенту та різнобічністю медійних інтересів та передбачає використання операцій довільного та опосередкованого запам'ятовування, узагальнення, устанавлення відношень; висока активність (проактивна діяльність) основою взаємодії з медіа є медіаторчість заснована на усвідомленні своїх глибинних цінностей та цілей, а також розповсюдження продуктів своєї медіаторчості [31].

Проаналізовані підходи до визначення медіа активності опираються на критерій творчості по відношенню до медіапростору та інтернет-медіапростору, де медіаторчість є ознакою проактивної або конструктивної форми взаємодії з медіа та передбачає високий рівень медіакультури, натомість пасивна позиція є поверхневим і безцільним способом такої взаємодії, вказуючи на низький рівень медіакультури. Сам акт творення медіатекстів в

інтернеті не завжди передбачає їх якісне творення. Творення медіаконтенту на сьогодні є популярним видом активності, він може носити креативний характер, але не відзначатися якостями, які характеризують високий рівень медіакультури особистості: критичне та аналітичне мислення, розуміння законів функціонування медіасередовища. Також проблема вибору медіапродуції може бути зумовлена не раціональними мотивами, а загальними тенденціями, тобто особистість проявляє вибірковість, але не усвідомлює мотивів, які її зумовили. Таким чином медіаторчість та медіактивність не розглядаються нами в якості критеріїв високого рівня медіакультури. Активність в мережі та творення медіатекстів інтерпретуються як ознака, що визначає типи медіакультури, які розподіляються за наступними критеріями: 1) *залученість* в медіапростір – активну чи пасивну позицію займає індивід в користуванні мережею (це стосується як творення, так і споживання інтернет медіаконтенту); 2) *характер взаємодії з мережею* – чи виступає користувач переважно споживачем медіаконтенту і орієнтований на інформаційну частину інтернет-середовища, чи творцем медіаконтенту – перебуває в якості активного учасника мережі. Кожен тип медіакультури відображає *мету* звернення користувача до інтернет-простору. Метою *пасивного споживання* є мимовільне, фонове поглинання медіаконтенту; *активне (цілеспрямоване) споживання* передбачає наявність певних вподобань; *пасивне творення* спрямоване на копіювання та поширення медіаповідомлень, пряме запозичення стратегій медіаповедінки; *ативне творення* виражає імпульсивне бажання бажання самореалізації через створення авторського медіа контенту; *помірковане споживання/творення* уособлює усвідомлену та регульовану взаємодію з медіа контентом.

Важливо зауважити, що у користувачів можуть бути яскраво виражений один тип медіакультури, або змішані кілька типів одночасно. Наприклад, велика кількість підлітків активно користується соціальними мережами або грає у комп'ютерні ігри не читаючи при цьому новинно-інформаційних сайтів. Або ж безцільний інтернет-серфінг та байдужість до соціальних медіа може

згодом отримати мету і характеризуватись вибірковістю. Помірковане споживання та творення розглядається як ефективний тип взаємодії з інтернет-простором, в межах якого індивід регулює власну активність, а його мотивація до користування інтернетом зумовлена раціональним та усвідомленим вибором.

Дослідники медіа та медіакультури наголошують на актуальності її формування у дітей та підлітків [8; 147; 202]. Основні програми медіа грамотності передбачають критичну та аналітичну роботу розраховану на підліткову аудиторію. Підлітки складають численну аудиторію користувачів інтернету та використовують запропоновані мережею можливості для комунікації та самореалізації. Велика кількість досліджень пов'язаних із вивченням впливу інтернету на підростаюче покоління здійснюються з точки зору класичних концепцій поступального розвитку особистості, де вона розглядається як органічна цілісність із логічною організацією мислення, необхідністю розвитку творчих та інтелектуальних здібностей із застосуванням класичних освітніх моделей. Проте, зміна когнітивної, афективної та ціннісної сфери дітей та підлітків під впливом новітніх технологій є очевидною та незворотною (див. пар. 1.2.). Сучасна концепція формування медіакультури має базуватись на ґрунтовному аналізі актуальних змін, які відбулися у способі мислення, обробки інформації та творенні знання у підлітків як джерела формування ефективних стратегій формування медіакультури.

Однією із найбільш досліджуваних проблем взаємодії з масмедіа є виникнення медіазалежностей. Ці питання активно вивчали зарубіжні дослідники: Г. Грезійон, У. Гасер, К. Керделан Дж. Пелфрі, Р. Пацлаф [77; 146; 166;]. Причини виникнення медіазалежностей та інтернет-залежності зокрема вивчають такі українські дослідники як О. Камінська, Н. Малєєва, І. Плохих, В. Посохова, , Н. Терещук. [67; 112; 151; 153; 196]. На думку Г. Мироненко формування медіакомпетентності як інтегрованої якості особистісної медіакультури сприятиме профілактиці розвитку медіа залежностей [124, с.64]. Крім формування інтернет-залежності, взаємодія підлітків з інтерактивним

середовищем інтернету розглядається з точки зору комунікації, мотивації, соціалізації, динаміки створення груп [6; 14; 16; 33].

В контексті формування медіакультури участь особи в інтернет-середовищі аналізуватиметься нами з точки зору споживання та творення інформаційного контенту, який представлений у формі різноманітних медіаповідомлень. Акцент дослідження зміщується з особливостей форм комунікації індивідів один з одним на комунікацію з мережею. Перетворившись із об'єкта впливу медіа на суб'єкт взаємодії з інтернет-медіапростором, індивід отримав змогу «розширення» власної особистості через створення «віртуального Я», яке в найбільш повній мірі реалізовується у соціальних медіа. Під «віртуальним Я» ми розуміємо форми презентації індивіда в інтернет-середовищі через різноманітні інтернет-сервіси: соціальні мережі різного типу, комп'ютерні відеоігри тощо. Розвиток та забезпечення життєдіяльності «віртуального Я» постійно змушує перебувати он-лайн. Інтернет-середовище спонукає до публічності, афішування власних вчинків, які нерідко виливаються у ризиковані форми поведінки. Підлітки піддаються масовому впливу раніше, ніж встигають проаналізувати доцільність власних дій. Вони активно слідують запропонованим тенденціям, навіть, не замислюючись чи вони несуть небезпеку для життя. Інтернет-медіакультура особистості має включати розвиток таких здібностей, які дозволять: а) критично аналізуючи медіаконтент вчасно виявляти приховані небезпеки мережі; б) регулювати час перебування в інтернеті, відзначаючи появу тенденції до домінування мережевої активності над об'єктивною діяльністю; в) надавати оцінку як зовнішньому соціально-психологічному впливу мережі так і внутрішньо психологічним змінам, які стаються внаслідок такого впливу.

Отже, інтернет-медіакультура є двосторонньою формою участі особи в якості об'єкта та суб'єкта інтернет діяльності та передбачає сприйняття та передачу інформаційних повідомлень. Формування високого рівня медіакультури включає розвиток критичного та аналітичного сприйняття, а також здійснення рефлексивного аналізу власної діяльності в мережі. Розвиток

інтернет-медіакультури – це розвиток культури функціонування “віртуального Я” особистості, яке може одночасно виступати в ролі споживача та творця медіаповідомлень.

1.2. Підліткова інтернет-захопленість як соціально-психологічний феномен

Проблема комп'ютерної, а потім інтернет-залежності почала активно досліджуватись в кінці 80-х початок 90-х років. Серед американських дослідників, які активно вивчали інтернет-залежність можна відзначити І Голдбергом, М. Орзак, Дж. Суррел; П. Шоттон К. Янг [234; 245; 249; 250; 252; 259]. І. Голдберг у 1995 першим ввів термін Computer Addiction Disorder та визначав його як “розлад, що здійснює пагубний вплив на побутову, навчальну, соціальну, робочу, сімейну, фінансову чи психологічну сфери діяльності” [234]. Янг К. розробила одну з перших методик діагностики інтернет-залежності, яка надалі використовується багатьма дослідниками [259]. Критиками небезпеки феномену комп'ютерної та інтернет-залежності виступили Д. Грінфілд, М. Гріффітс, К. Суррат [235; 236; 252]. Проблема доведення користі від перебування в інтернеті та гри у комп'ютерні ігри досі залишається актуальною [232; 245].

Перші як вітчизняні так і зарубіжні дослідження інтернет-залежності стосувались окремих маргінальних груп користувачів так званих «жителів інтернету» з порушеннями емоційної сфери та проблемами з самооцінкою [217; 228]. Більшість досліджень надмірного використання інтернету були спрямовані на його вивчення як патологічної форми поведінки, а в основу діагностичних методик були покладені критерії розвитку залежності [237]. Поступове зникнення цифрового поділу (digital divide) спричинило появу досліджень його соціально-психологічної складової [233, 239]. Р. Девіс одним із перших зробив спробу розділити загальну захопленість мережею та прихильність до окремих форм інтернет-активності з ознаками подальшого

формування поведінкових девіацій. Девіс виділяв генералізоване та специфічне проблемне використання інтернету (ПВІ). До специфічного ПВІ дослідник відносить зловживання окремими інтернет-сервісами, наприклад, комп'ютерними іграми та інтернет-торгівлею, до генералізованого ПВІ — віртуальні серфінг та комунікацію. Специфічне ПВІ може виступати продовженням раніше наявної психопатології, яка отримала свою реалізацію в інтернеті, генералізоване — внаслідок соціальної ізоляції, браку спілкування [231].

Т. Авдулова, Є. Белінська, А. Лучінкіна проводять соціально-психологічні дослідження, присвячені впливу соціальних мереж на прояви різних аспектів життя підлітків, мотивації до використання інтернету та його вплив на соціалізацію особистості, інформаційній соціалізації молоді [1; 14; 106].

Дослідження, спрямовані на діагностику проблеми комп'ютерної залежності, виявили значну частку користувачів, які характеризуються дослідниками як захоплені інтернетом [62; 65; 112; 223]. В. Малигін наводить суперечливі дані досліджень інтернет-залежності в різних країнах, де група інтернет-залежних користувачів коливається від 0,9 % до 37,9 %, що вказує на необхідність уточнення критеріїв діагностики та характеристики групи користувачів, які означаються схильними до інтернет-залежності [62, с. 9-10]. Т. Юр'єва, В. Больбот наводять чіткий розподіл діагностичних критеріїв ризику формування комп'ютерної залежності, які, порівняно із залежністю, носять характер поведінкової норми та відзначаються певними порушеннями в налагодженні міжособистісних стосунків, початковою стадією соціальної дезадаптації та означає її як ризик виникнення залежності. Ризик виникнення залежності, на думку автора, полягає в соціалізованих формах поведінки, але при цьому зростаюча роль комп'ютера в житті індивіда призводить до певних форм соціальної дезадаптації (стосовно підлітків мова йде про зниження шкільної успішності через комп'ютер, виникнення непорозуміння з батьками та конфліктів з найближчим оточенням). Залежність натомість характеризується

повною соціальною дезадаптацією, комп'ютер набуває надцінного характеру, формується делінквентна поведінка [223, с. 105-109]. Камінська О. характеризує дану групу респондентів як групу з пограничними показниками і зазначає, що їм характерна саме захопленість інтернетом [65]

Явище інтернет-захопленості поки не отримало розгорнутого теоретико-методологічного аналізу в літературі. Потяг до взаємодії з інформаційними технологіями описував А. Личко, називаючи його інформаційно-комунікативним захопленням, одним із видів “хоббі-реакції”. За словами А. Личко інформативно-комунікативні захоплення проявляються жагою отримання інформації, що не потребує ніякої критичної та інтелектуальної обробки, а також необхідністю великої кількості поверхневих контактів, які сприяють обміну цією інформацією. Перевага надається легким контактам і знайомствам, простій і зрозумілій інформації. Все засвоюється поверхнево і головним чином для того, щоб передати іншим. Отримані свідчення легко забуваються, будь-які висновки не робляться [99; с. 33-34].

На нашу думку, в проблемі діагностики особливостей користування інтернетом важливо першочергово визначити мету звернення до мережі: бажання втечі від реальності, що характерно для осіб із залежністю, чи задоволення щоденних соціально-психологічних та пізнавальних потреб.

Необхідним критерієм оцінки діяльності людини за комп'ютером має виступити характер інтернет-активності: чи це є змінений стан свідомості під час комп'ютерної гри хвороблива одержимість соціальними мережами, чи це розваги, самовираження, спілкування, інформаційний пошук або ж професійна необхідність, поміркований інтерес до соціальних медіа тощо. Варто звернути увагу, що тривалий поняття комп'ютерної залежності ототожнювалося саме з залежністю від комп'ютерних ігор [51; 16; 102; 196; 207;].

Розширення інтернет-активностей та значення мережі в житті сучасної особистості зумовлює необхідність визначення феномену інтернет-захопленості, яким характеризується велика кількість користувачів інтернету. Масовість феномену інтернет-захопленості вказує на його соціально-

психологічний характер.

Отже ми визначаємо *інтернет-захопленість* – як процес регулярної взаємодії із віртуальним простором, який не носить ознак патологічного потягу чи девіації, але є емоційно привабливою для користувача та призводить до психологічних та соціально-психологічних змін особистості.

Інтернет-захопленість актуальна для різних вікових груп, але особливу небезпеку зумовлені нею зміни становлять для підлітків, що виступають активними користувачами мережі та перебувають на етапі активного особистісного та соціального розвитку. Інтернет-захоплені підлітки – це підлітки, яким характерні граничні показники, що знаходяться між інтернет-залежністю та повною її відсутністю. Психологічні та соціально-психологічні зміни, які виникають внаслідок захопленості інтернетом полягають у наступному:

- *психологічні*: зміни у характері формування самосвідомості молодшої особистості, що супроводжується зростанням ролі віртуальної ідентичності, становлення якої відбувається в умовах постійного впливу мережі, що може призвести до втрати власної унікальності та індивідуальності. Також до психологічних змін ми відносимо когнітивні, що полягають у зміні способу сприйняття та обробки інформації, трансформація мнемічних процесів [72; 159; 221; 257; 258];

- *соціально-психологічні*: зміни у ціннісно-смысловій сферах особистості під впливом цінностей, пропагованих мережею інтернет [86; 158; 160].

Описуючи особливості інтернет-захопленої поведінки ми можемо зазначити, що така особа відчуває постійний потяг до мережі, але при цьому користується різноманітними її сервісами з інформаційною, комунікативною, пізнавальною та іншою метою. Якщо відзначається значне домінування певного виду віртуальної діяльності над іншими, тоді можемо стверджувати про формування залежності від даної інтернет-активності. Особливо чітко ця думка прослідковується в працях О. Камінської, де здійснений чіткий розподіл форм інтернет-залежності за критерієм домінуючої інтернет-активності [67].

Базуючись та теоретико-методологічному аналізу підходів до визначення інтернет-залежності ми можемо припустити, що даний вид прихильності до інтернету має патологічну динаміку і домінування несприятливих індивідуально-психологічних умов формування. З огляду на це, інтернет-залежність постає як неконтрольована форма потягу до предмету адикції (певного виду інтернет-активності), що супроводжується супутніми психопатологічними розладами поведінки, депресією, наявністю абстинентного синдрому. Інтернет-залежність призводить до таких серйозних наслідків як пригнічення психоемоційного стану, поглиблення уже існуючих та формування нових супутніх розладів поведінки, депресивних станів, апатії, соціальної тривоги, зростання агресивності, конфліктів з найближчим оточенням, соціальної дезадаптації, формування деліквентних форм поведінки (пропуски занять, вчинення правопорушень, втечі з дому) [102; 111; 141; 223].

На відміну від інтернет-залежності інтернет-захопленості притаманна як активна рівномірна участь в інтернет-просторі так і деяке переважання окремих видів віртуальної діяльності, наприклад, соціальним медіа. Захопленість, на нашу думку, може мати вичерпну динаміку, закріпившись як стійка риса поведінки особистості, так і перерости у залежність, якщо мова йде про все більше зростання ролі певних форм інтернет-активності у порівнянні з іншими.

Важливо більш детально проаналізувати чинники, які сприяють формуванню інтернет-захопленості. Основною проблемою використання інтернету є постійна ментальна стимуляція із формуванням стійкої потреби в її компенсації [25;139]. В контексті дослідження інтернет-захопленості відзначається така особливість культурного середовища інтернету як наявність постійних стимулів, які спричиняють до все більшої активності особистості, якій вкрай важко протидіяти впливу мережі. Потреба в постійній віртуальній активності є реакцією на дії інтернет-середовища, яке виступає зовнішнім подразником. Відповідно до цього ми виділяємо такий чинник формування інтернет-захопленості як соціальна стимуляція який прямо пов'язаний із особливостями функціонування середовища інтернету побудованого за

принципом стимул-реакція.

Масовість та доступність інтернету призвела до того, що відмова від користування мережею є радше виключенням, ніж правилом. Белінська Є. , А. Лучінкіна, Ю. Буров визнають інтернет альтернативним середовищем для задоволення особистістю власних соціально-психологічних потреб, користування інтернетом перетворилося на статистичну норму [14; 26; 106; 134, с. 8]. Велика кількість активних користувачів інтернетом перетворило використання мережі на статистичну норму. Проте відсутність навиків регуляції власної інтернет-активності серед підлітків може призводити до того, що взаємодія з інтернетом набуває ознак захопленості та призводить до окреслених вище психологічних та соціально-психологічних змін особистості. На це вказує низка симптомів:

- час перебування в інтернеті без визначеної мети значно перевищує час поза інтернетом (наприклад, підліток користується інтернетом увесь свій вільний час і подекуди навіть на заняттях);
- використання інтернету в якості розваги значно переважає всі інші форми активності підлітка та супроводжується втратою інтересу до них (живе спілкування, прогулянки, ігри);
- переоцінка підлітком образу «віртуального Я», що супроводжується значним рівнем емоційних переживань з приводу успішності його реалізації в мережі.

Попри те, що користування інтернетом перетворилось на соціальну необхідність, його роль для окремої особистості може бути різною: мережа використовується як інформаційний та комунікативний канал або мережа виступає важливим джерелом самореалізації. Інтернет-середовище дає можливість для втілення більшості особистісних потреб сучасних підлітків, перетворюючи користування мережею в повсякденну звичку, яка стає пріоритетною над всіма іншими активностями. Опіраючись на сказане наступним чинником формування інтернет-захопленості є порушення балансу віртуальної та об'єктивної реалізації індивіда, що характеризується емоційним

ставленням до власної віртуальної самопрезентації. Прикладом емоційного ставлення може слугувати постійно зростаюча вага мережевої ідентичності, яка починає впливати та визначати повсякденну поведінку особистості.

Протилежним емоційному ставленню виступає інструментальне ставлення, коли користування інтернетом носить прикладний характер зумовлений професійною, пізнавальною або навчальною необхідністю. Якщо підліткам притаманні переживання з приводу функціонування віртуальної ідентичності, її “досягнення”, подеколи важливіші за реальні, а “невдачі” можуть призвести до стресу – це свідчить про перевагу віртуальної реалізації над об’єктивною.

Інструментальне ставлення в свою чергу характеризується емоційно нейтральним відношенням до будь-якої форми віртуальної самореалізації. Здійснений порівняльний аналіз емоційного та інструментального ставлення до мережді за критеріями різнобічності інтернет-активності, соціальної стимуляції, рівня емоційних переживань наочно демонструє відмінності нормальної взаємодії з інтернетом та інтернет-захопленості.

Отже в проблемі діагностики інтернет-залежності важливо окремо приділити увагу такій стадії її формування як інтернет-захопленість, яка може за сьогоденних умов характеризуватися з позиції норми. Поширеність феномену інтернет-захопленості свідчить про його соціально-психологічну природу.

Активна і тривала взаємодія несформованої особистості з мережею призводить до емоційних стесів та переживань з приводу реалізації віртуальної ідентичності, стимулює до постійного перебування в інтернеті без можливості здійснення належного самоконтролю. З огляду на це зростає необхідність формування такого типу медіакультури в середовищі захоплених інтернетом підлітків, який сприятиме розвитку ефективних форм взаємодії з інтернет-середовищем та сприятиме трансформації ціннісного ставлення до мережі на інструментальне.

1.3. Модель соціально-психологічних механізмів формування інтернет-медіакультури підлітка

Дослідження медіакультури в інтернеті крім особливостей споживання та засвоєння інформації індивідом включає різноманітні соціально-психологічні зв'язки індивіда з віртуальним середовищем, які безпосереднім чином впливають на способи засвоєння та подальше розповсюдження інформації з мережі. Одним з аспектів соціально-психологічної взаємодії особистості з медіапростором є формування особистісної медіакультури, наступний етап полягає у вивченні соціально-психологічних механізмів, які супроводжують процес такого формування.

Дослідженням феномену соціально-психологічних механізмів займалися І. Губеладзе, В. Позняк, Г. Циганенко [45; 152; 210]. Аналіз наукової літератури показав відсутність єдиного підходу до визначення психологічного та соціально-психологічного механізму та розуміння природи його функціонування. Однак автори доходять згоди, що дія механізму зумовлюється взаємодією та взаємовпливом одних факторів на інші, що призводить до певного результату [45, с.35]. Ми поділяємо думку Л. Рубінштейна, що під психологічним механізмом розуміється процес трансформації зовнішнього досвіду у внутрішній [168, с. 14]. Загалом, можна вважати, що метою дії психологічного та соціально-психологічного механізму є певні перетворення в структурі особистості. Отже, *під соціально-психологічними механізмами формування медіакультури особистості ми розуміємо способи, які супроводжують процес перетворення медіаконтенту в медіакультуру та регулюють якість такого перетворення.*

Розвиваючи наукові погляди Моля А. на формування медійної культури можна виділити наступні етапи: сприйняття та ототожнення повідомлення з власним досвідом (передбачає його критичне осмислення); оцінка згідно власних цінностей і переконань; реакція на повідомлення [126, с. 70]. Основою формування культури Н. Слезлер називає процес соціалізації в результаті

засвоєння цінностей, норм та правил [174, с. 42].Чепелева Н. розглядає такі механізми формування культури як інтерпретація (в свою чергу включає семіотичний та комунікативний механізми) та синтез нових смислів особистістю. Формуючись як дискурсивний суб'єкт особистість засвоює соціокультурний досвід через розуміння, інтерпретацію та інтерналізацію основних текстів культури [162, с.12].

Отже формування медіакультури базується на сприйнятті об'єктів медіакультури, їх засвоєнні та інтерпретації. Проте інтерактивний характер інтернет-середовища передбачає творення та подальше розповсюдження медіаповідомлень. Процес формування інтернет медіакультури ми розглядаємо наступним чином: вступаючи у соціально-психологічну взаємодію з інтернет-середовищем підліток сприймає медіаконтент, засвоює його в процесі медіасоціалізації та передає (транслює) в середовище мережі (якщо мова йде про культуру творення). Він може як надавати власні інтерпретації медіа повідомленням, так і просто копіювати їх. Тож формування медіакультури відбувається за умови таких процесів як сприйняття, медіасоціалізація (засвоєння норм та цінностей) та подальша передача медіаповідомлень в інтернет-простір, які реалізуються в межах соціально-психологічної взаємодії підлітка та мережі.

Крисько В. виділяє наступні механізми соціально-психологічної взаємодії: наслідування, зараження, ідентифікацію, конформізм та функціонування соціальних установок [92]. Руденський В. означає соціально-психологічні механізми, які супроводжують комунікацію та завдяки яким формуються явища соціальної психіки: навіювання, переконання, наслідування і мода [169 с. 66-68]. Андрєєва Г. описуючи соціально-психологічну взаємодію виділяє такі її механізми як перцепція, ідентифікація, рефлексія, емпатія, казуальна атрибуція, ефект ореолу, стереотипізація, атракція [4, с. 43, 48; 5, с.]. Москаленко В. називає серед механізмів соціально-психологічного впливу переконування, навіювання, приклад і емоційне зараження, стереотипізацію [128, с. 41-47]. Татенко В. виділяє серед вказаних механізмів санкціонування,

маніпулювання, типологію [194; 195]. Баришполец О. серед механізмами масового впливу називає наслідування, навіювання та зараження [117, с.52].

Інтернет-простір представляє собою середовище, де здійснюється активна взаємодія його учасників, в процесі якої активізується дія соціально-психологічних механізмів, які її супроводжують. Характеризуючи соціально-психологічні механізми міжгрупової взаємодії В. Агєєв зазначає, що вони представляють собою більш архаїчне та ригідне утворенням порівняно із механізмами міжособистісної взаємодії [2, с.118]. На думку Ж. Бодріяра та А. Моля в медіа середовищі людина споживає те, що споживає її група апелюючи до несвідомих реакцій особистості [21; 126]. Деякі дослідники зазначають, що певні соціальні тенденції в мас-медіа набувають форму стереотипів та переслідують мету формування суспільної думки з приводу певних явищ або окремих соціальних груп [28] Одним з етапів засвоєння медіа повідомлення В. Моль називає пасивне засвоєння, яке ми охарактеризуємо мимовільне сприймання медіаконтенту. На сьогодні існує низка теорій, які обґрунтовують присутність ірраціонального компонента в мисленні сучасної особистості представлені в працях Д. Канемана, К. Санстейна, Д. Галера [68; 193]. Аронсон Е., Н. Геген, Д. Губанов, Г. Почепцов, Р. Харіс вказують на відсутність критичного мислення як передумову успішного здійснення пропаганди та маніпуляції масовою свідомістю [7; 40; 44; 159; 160; 206] В цьому контексті також варто припустити, що в масовій взаємодії домінують позанаукові форми соціально-психологічного мислення досліджуваного М. Слюсаревським, різновидом яких автор виділяє повсякдення та соціокультурні форми втіленні нормами, традиціями, стратегіями міжособової та між групової поведінки [173].

Вивченням проблем соціалізації у віртуальному просторі займалися Є Белінська, О. Жичкіна, А. Лучінкіна, О. Петрунько, В. Плешаков [14; 57; 58; 105; 148; 150]. Серед перелічених науковців соціально-психологічні механізми соціалізації детально аналізуються в працях Петрунько О. Досліджуючи медіа соціалізацію, автор детально аналізує такі соціально-психологічні механізми

традиційної соціалізації як інкультурація, навчання і виховання (основні механізми реалізації освіти в межах соціалізувального впливу), соціальне оцінювання, соціальне підкріплення, конформізм. Також наводиться перелік механізмів навчально-виховного впливу: переконання, приклад, вправлення. До механізмів привласнення соціального досвіду О.Петрунко відносить наочування, наслідування, психічне зараження, ідентифікація, інтеріоризація, інтерналізація, персоналізація [147, с. 86]. Інтерпретуючи феномен кіберсоціалізації В. Плешаков визначає її як процес якісних змін структури самосвідомості та мотиваційної сфери під впливом інформаційних технологій в контексті засвоєння та відтворення ним культури в межах персональної життєдіяльності [150, с. 14]. Лучінкіна А. вказує на можливість розвитку девіантних форм інтернет-соціалізації під впливом таких механізмів як некритичне сприйняття, конформізм, навіювання [106]. Субашкевич І. досліджуючи медіапсихологічні чинники формування ціннісної сфери студентської молоді відзначає дію таких механізмів як наслідування, навіювання, переконання, емоційне зараження в умовах взаємодії з медіа середовищем [192].

Окремої уваги потребує аналіз механізму ідентифікації, дія якого набуває специфічної реалізації в інтернет-середовищі. Ідентифікація виступає одним із механізмів міжособистісного пізнання [4, с. 43; 145]. Більшість науковців в процесі становлення ідентичності акцентують свою увагу на психологічному та соціальному контекстах механізму ідентифікації. Мухіна В. виділяє зовнішній та внутрішній спосіб ідентифікації: екстраріорізаційну та інтеріорізаційну ідентифікації [133, с. 85]. Ядов В. базовою функцією соціальної ідентифікації виділяє формування соціальних взаємозв'язків, прагнення індивіда належати до певної соціальної групи, яка захищатиме його інтереси та переконання [224]. Таким чином, стаючи частиною соціального утворення особистість переймає його культуру. Механізмами соціальної ідентифікації В. Ядов називає зіставлення або протиставлення власних цінностей, поглядів, моделей поведінки тим, які пропонуються [224, с. 162]. На думку І. Гофмана схеми

розвитку ідентичності спочатку запозичуються, а потім набувають авторства [42].

Інтернет-середовище як джерело формування медіакультури особистості задає тенденції масового наслідування залишаючи все менше можливостей для індивідуального вибору особистості, що може свідчити про домінування зовнішньої форми ідентифікації в інтернеті. Лучінкіна А. описуючи процес віртуальної соціалізації характеризує його феноменом формування віртуальної ідентичності як наслідку нереалізованих у реальному просторі зразків поведінки, психологічних установок, соціальних норм і цінностей, знань, навичок. Іванків І. характеризує дифузну ідентифікацію у віртуальному просторі низьким рівнем рефлексії та слабко розвиненими уявленнями про функціонування власного «Я» особистості [63; 64]. На відміну від традиційної ідентифікації, яка передбачає певний баланс засвоєння соціального та збереження індивідуального, мережева ідентифікація відбувається в умовах домінування соціальних впливів, під дією соціально-психологічних механізмів зараження, наслідування, стереотипізації та навіювання.

Найменш дослідженою складовою культура є культура передачі медіаповідомлень в мережу. Плешаков. О. описуючи медіасоціалізацію вказує на функціонування механізмів відтворення культури [150, с. 14]. Зовнішнє вираження (через знакову і соціальну форму) внутрішньої психічної життєдіяльності людей через механізм екстеріоризації реалізовується через передачу медіаповідомлень в мережу інтернет [38]. Передача повідомлень може передбачати як творення авторського медіаконтенту так і його тиражування.

Здійснений нами теоретико-методологічний аналіз продемонстрував, що медіасередовище та інтернет-середовище виступає потужним чинником формування певного типу поведінки, способу мислення, цінностей та культури аудиторії його користувачів. Така позиція обґрунтовується опорою на підходи, де обґрунтовується формувальний потенціал медіасередовища висвітлених в працях Г. Почепцова, Дж. Ная (теорія «м'якої сили»), Н. Хомського (теорії маніпуляції) [159; 160; 208; 244] Відповідно до вище викладеного ми

розподіляємо процес формування медіакультури інтернет-захопленого підлітка на *спонтанний* та *цілеспрямований*. Проводячи паралелі з думкою Н. Чепелевої, яка аналізуючи механізми засвоєння особистісного досвіду вказує, що вони можуть носити продуктивну і репродуктивну структуру (передбачати синтез нових смислів або накладання готових шаблонів) можна припустити, що механізми, які беруть участь у формуванні медіакультури в інтернет-захопленого також можуть набувати *продуктивного* та *непродуктивного* спрямування [162, с. 39]. Здійснений нами теоретичний аналіз особливостей функціонування інтернет медіасередовища дозволяє проілюструвати модель соціально-психологічних механізмів стихійного формування медіакультури інтернет-захопленого підлітка, що відображено на рис. 1.1. (рис. 1.1.).

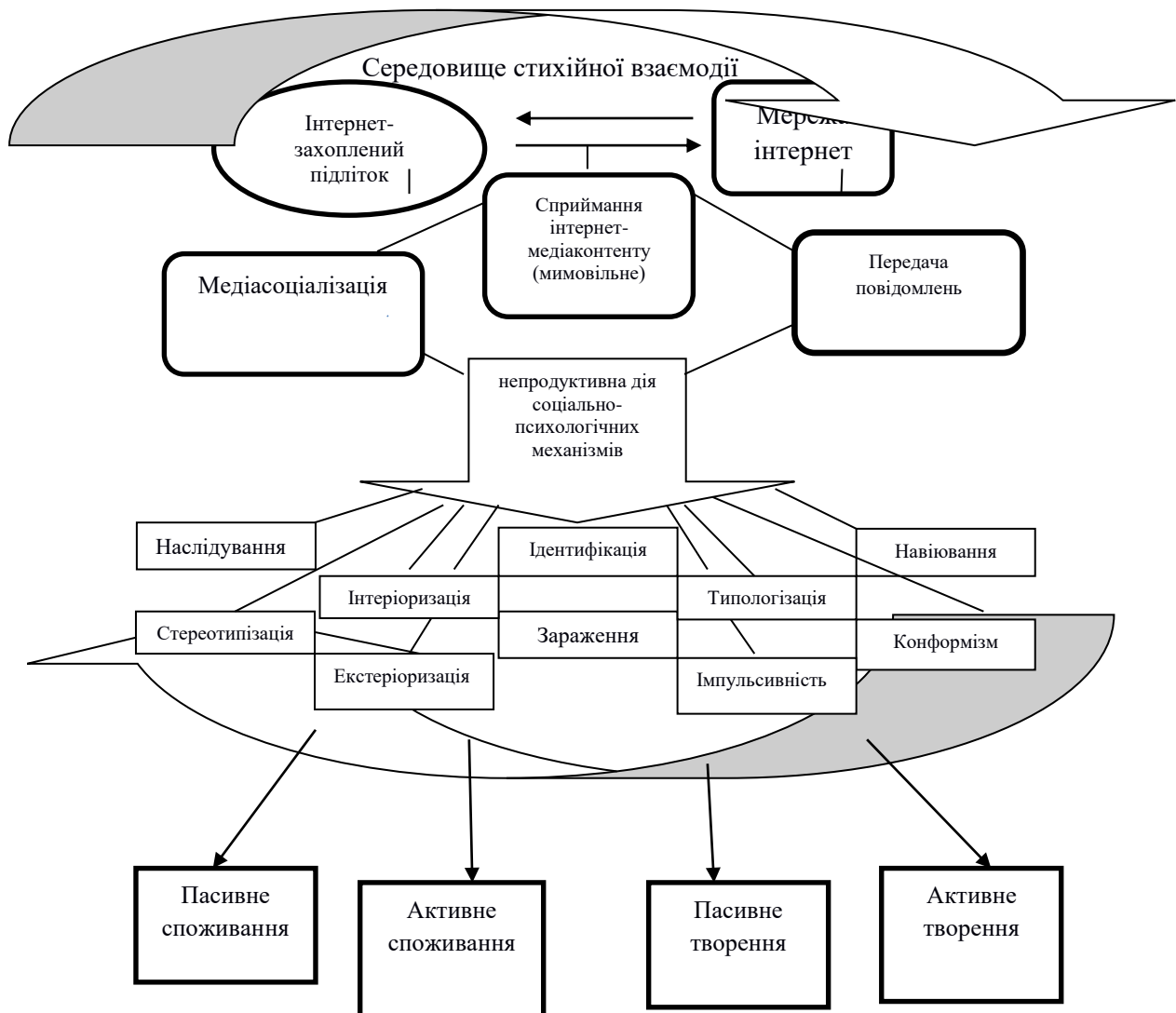


Рис. 1.1. Модель стихійного формування медіакультури

Як бачимо із зображеної нами моделі процес спонтанної взаємодії з

інтернет-середовищем підлітків захоплених інтернетом, що супроводжується мимовільним сприйманням інформації та медіасоціалізацією зумовлює непродуктивне спрямування таких соціально-психологічних механізмів стихійного формування медіакультури як навіювання, зараження, наслідування, стереотипізація, інтеріоризація (в мережі), ідентифікація (в мережі), конформізм, типологізація, імпульсивність. Результатом дії непродуктивних механізмів є формування наступних стихійних типів медіакультури: пасивне споживання, активне споживання, пасивне творення, активне творення. Вказані типи медіакультури характеризуються відсутністю навиків критичного аналізу принципів функціонування інтернет-середовища та підхопленням масових тенденцій мережі.

На відміну від стихійного, метою цілеспрямованого формування є здійснення позитивного впливу через активізацію дії продуктивних механізмів розвитку інтернет-медіакультури. Такий підхід повинен включати відповідні методи та опиратись на принципи, які створять сприятливі умови для розвитку ефективних форм взаємодії з інтернет середовищем. Мудрик А. вказує, що формування в дітей та підлітків певних позитивних якостей, поглядів та переконань відбувається через соціальне виховання в межах певних інституційних установ [129]. Описуючи соціально-психологічні механізми формування медіакультури особистості Н. Череповська зазначає, що особистісна медіакультура передбачає розвинене аналітичне, критичне мислення, рефлексію, автономізацію щодо будь-якої медіа продукції, здатність суб'єкта ефективно функціонувати через масмедіакультурну, політичну тощо інформацію та адекватно реагувати на неї [214].

Отже, ми визначаємо цілеспрямоване формування медіакультури як розвиток таких якісних навиків взаємодії з інтернетом як критичне, рефлексивне мислення та вольовий рівень регуляції в умовах позитивного зовнішнього впливу в межах певної інституційної установи (школи), що передбачає подальшу їх реалізацію в межах ефективних культурних моделей поведінки та самовираження в інтернет-середовищі. Модель цілеспрямованого

формування медіакультури підлітка виглядає наступним чином (представлено на рисунку 1.2.).

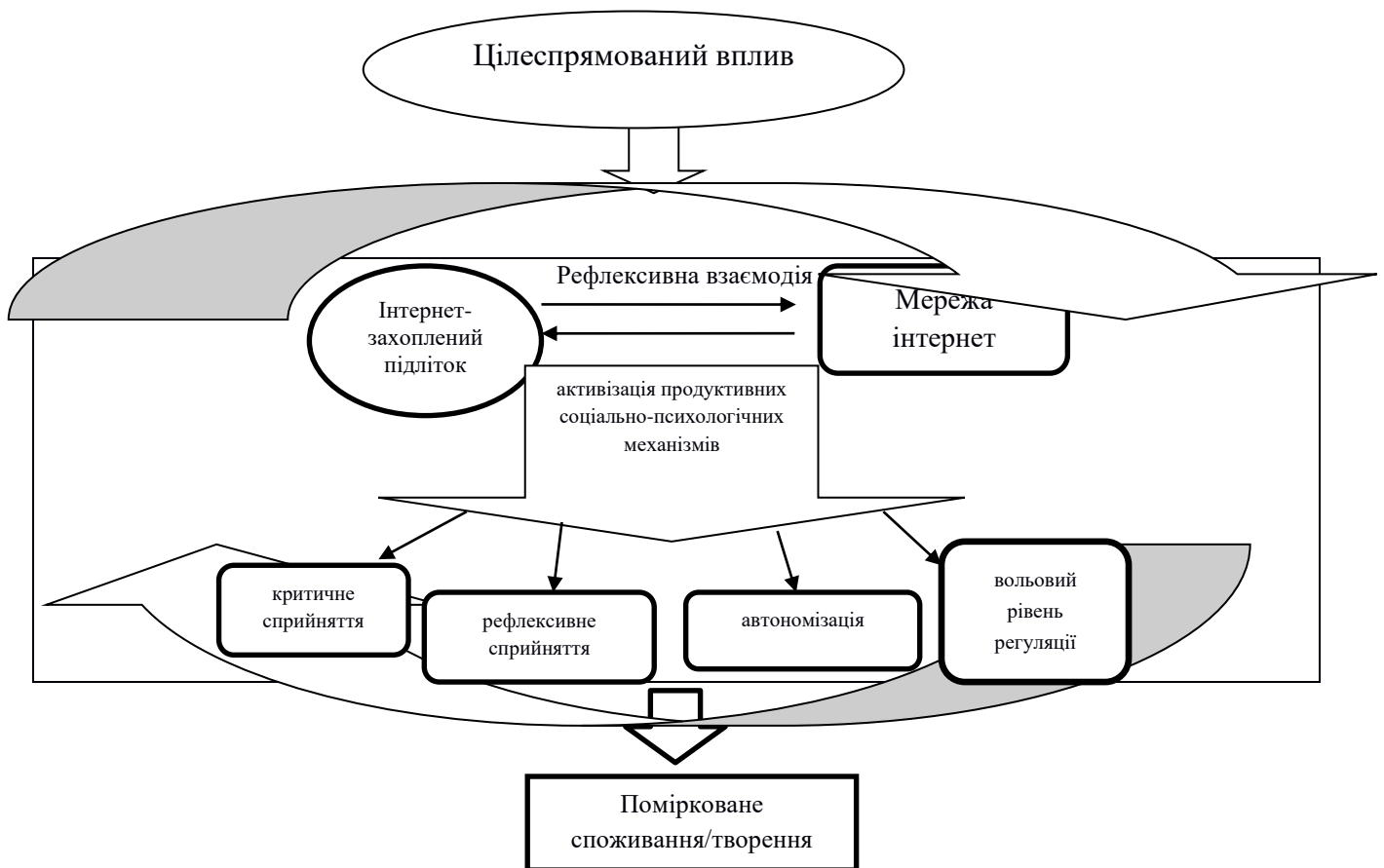


Рис.1.2. Модель цілеспрямованого формування інтернет-медіакультури підлітка

Як зображено на малюнку за допомогою цілеспрямованого впливу ініціюється створення рефлексивного середовища в межах якого аналізується взаємодія підлітка з мережею. На необхідності застосування рефлексивного підходу в процесі міжособистісної взаємодії акцентували свою увагу такі дослідники як М. Міріманова, Л. Найдьонова, М. Найдьонов, І. Семенов, С. Степанов, Н Череповська [123; 135; 136; 171; 213;]. Метою такого впливу є якісні перетворення медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю шляхом активізації дії продуктивних соціально-психологічних механізмів (критичне сприйняття, рефлексивне засвоєння, автономізація та вольовий рівень регуляції), які сприятимуть виявленню та деактивації дії непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури. Результатом

цілеспрямованого формування інтернет-медіакультури виступає розвиток поміркованого творення та споживання медіаконтенту.

Отже, процес формування медіакультури підлітка може носити як стихійний так і цілеспрямований характер, що визначає продуктивний або непродуктивний характер дії соціально-психологічних механізмів. Критичне сприйняття інтернет-медіаконтенту, вольовий рівень регуляції та наявність автономної позиції сприятимуть розпізнаванню дії непродуктивних соціально-психологічних механізмів в процесі взаємодії інтернет-захопленого підлітка з мережею та їх подальшу трансформацію в продуктивному напрямку.

Висновки до першого розділу

Інтернет-простір розподіляється на інформаційну та інтерактивну складові. Інтерактивність передбачає двосторонню взаємодію з мережею, де користувач виступає в ролі не лише споживача, а й творця медіаконтенту. Інтернет-медіакультура є специфічним соціокультурним простором, створеним мережевим середовищем, який характеризується власними нормами, правилами та цінностями. Інтернет-медіакультура особистості – це спосіб взаємодії користувача з інтернет-середовищем через сприйняття та розповсюдження медіа повідомлень, що супроводжується засвоєнням цінностей та норм інтернет-простору.

Типи інтернет-медіакультури розподіляються за критеріями залученості в мережу (пасивна/активна позиція), характером взаємодії з нею (споживання, творення) та відображають мету звернення в інтернет-простір: пасивне споживання (автоматичне поглинання медіаконтенту з інтернету), активне (цілеспрямоване) споживання (звернення до певного виду медіаконтенту, наявність вподобань), пасивне творення (тиражування) (копіювання та поширення медіа повідомлень, пряме запозичення певних стратегій медіапроведінки), активне творення (імпульсивне бажання самореалізації через створення авторського медіаконтенту). Поміркове споживання і творення представляють такий тип медіакультури, який характеризує якісний та

раціональний спосіб взаємодії з медіа.

Інтернет-захопленість – це соціально-психологічне явище, що характеризує процес регулярної взаємодії із віртуальним простором, яка не носить ознак патологічного потягу чи девіації, але є емоційно привабливою для користувача та призводить до психологічних та соціально-психологічних змін особистості. Інтернет-захопленість та інтернет-залежність характеризуються зростанням ролі віртуальної самореалізації над об'єктивною.

Соціально-психологічні механізми формування інтернет-медіакультури особистості супроводжують процес перетворення медіаконтенту в медіакультуру та регулюють якість такого перетворення. Процес формування медіакультури містить такі складові як соціально-психологічна взаємодія, сприйняття та передача медіаповідомлень, засвоєння норм та цінностей мережі (медіасоціалізація). Інтернет-середовище виступає самостійним чинником формування стихійної медіакультури інтернет-захопленого підлітка, на противагу йому виступає цілеспрямоване формування в певних інституційних межах. Модель стихійного формування медіакультури інтернет-захоплених підлітків супроводжується автоматичним сприйняттям, що зумовлює непродуктивну дію механізмів наслідування, навіювання, зараження, стереотипізації, типологізації, конформізму, ідентифікації (в мережі), інтеріоризація (в мережі), екстеріоризації, імпульсивності. Такій моделі характерне становлення типів інтернет-медіакультури пасивне споживання/творення, активне споживання/творення. Модель цілеспрямованого формування медіакультури передбачає створення рефлексивної взаємодії як передумови активізації продуктивних механізмів критичного сприйняття, рефлексивного сприйняття, автономізації, вольового рівеня регуляції. Для неї характерний тип медіакультури “Поміркване споживання/творення”.

Основні результати та положення розділу висвітлені автором в наукових працях [180; 186; 188; 190].

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ МЕДІА КУЛЬТУРИ У ПІДЛІТКІВ З ІНТЕРНЕТ-ЗАХОПЛЕНІСТЮ

Обґрунтовано доцільність застосування якісних і кількісних методів дослідження медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю. Перелічено етапи та зміст організації дослідження. Пояснено вибір методологічного інструментарію з визначення інтернет-захопленості. Представлено процедуру розробки авторського опитувальника на дослідження прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю. Продемонстровано результати вивчення дії соціально-психологічних механізмів формування медіакультури залежно від рівня інтернет-захопленості підлітків. Вивчено особливості активізації вказаних механізмів у досліджуваних типах інтернет-медіакультури. Наведено результати якісного дослідження підлітків з інтернет-захопленістю.

2.1. Організація та дизайн емпіричного дослідження

Теоретичний аналіз проблеми медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю продемонстрував, що взаємодія з інтернет-середовищем справляє значний вплив на стихійне формування медіакультури таких підлітків, яке відбувається за участі непродуктивних соціально-психологічних механізмів. Відповідно до реалізації дослідницького задуму, яка передбачала поряд із продуктивною складовою формування медіакультури вивчити непродуктивну, було окреслено коло основних завдань дослідження:

- здійснити діагностику рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності серед підлітків;
- оцінити прояв непродуктивних соціально-психологічних механізмів, які беруть участь у стихійному формуванні медіакультури

підлітка, захопленого інтернетом;

- дослідити особливості виокремлених нами типів медіакультури інтернет-захоплених підлітків.

Динамічність феномену інтернет-медіакультури та необхідність вивчення його непродуктивного компоненту потребувала проведення дослідження, яке передбачало розробку інструментарію в межах дисертаційного дослідження із подальшим обґрунтуванням теоретичного конструкту дослідження, його емпіричною верифікацією із подальшим виділенням емпіричних індикаторів. Дослідження носило змішаний характер та включало кількісний, якісний етапи та соціально-психологічний експеримент. Завданням кількісного етапу була перевірка моделі стихійного формування медіакультури з вивченням прояву непродуктивних та продуктивних соціально-психологічних механізмів в залежності від рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності. Метою якісного етапу було більш глибоке дослідження особливостей стихійної медіакультури інтернет-захоплених підлітків. Соціально-психологічний експеримент спрямовувався на перевірку ефективності моделі цілеспрямованого формування медіакультури. Вивчення соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю та інтернет-залежністю передбачало наступні кроки: діагностику рівня інтернет-залежності з подальшим виділенням групи інтернет-захоплених підлітків; оцінку прояву соціально-психологічних механізмів, які беруть участь у стихійному формуванні медіакультури таких підлітків та визначення типів медіакультури; конструювання та перевірку програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю. Дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю було побудовано за наступним алгоритмом: на основі теоретико-методологічного аналізу здійснено відбір і розробку психологічного інструментарію та сформовано вибірку – перший етап емпіричного дослідження. Другий етап включав проведення дослідження прояву соціально-психологічних механізмів медіакультури підлітків, кількісне визначення типів медіакультури та їх

подальше дослідження якісними методами. Третій – реалізацію соціально-психологічного експерименту із формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю метою якого була активізація типу інтернет-медіакультури помірковане творення (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Етапи емпіричного дослідження

Назва етапу	Основні завдання
Перший етап - підготовчий	1. Формування вибірки дослідження; 2. Відбір та розробка методичного інструментарію: - підбір методологічного інструментарію на дослідження рівня інтернет-захопленості; – розробка опитувальника з дослідження прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в межах дисертаційного дослідження, яка включало наступні кроки: а) верифікація теоретичного конструкту та визначення емпіричних індикаторів соціально-психологічних механізмів формування медіакультури із застосуванням методу фокус-груп; б) інтерпретація та подальша операціоналізація виявлених емпіричних індикаторів (змінних); - конструювання тексту інтерв'ю для проведення якісного дослідження; - проведення пілотного дослідження.
Другий етап - констатувальний	1. Діагностика рівня інтернет-захопленості; 2. Дослідження прояву соціально-психологічних механізмів медіакультури та типів медіакультури інтернет-захоплених підлітків; 3. Аналіз отриманих даних.
Третій етап - експериментальний	Створення та реалізація плану соціально-психологічного експерименту, що включає здійснення наступних кроків: - формування контрольної та експериментальної груп респондентів; - розробка та впровадження соціально-психологічного експерименту з перевірки моделі цілеспрямованого формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю; - аналіз результатів експериментального впливу.

Серед кількісних методів дослідження було використано тест діагностики інтернет-залежності «Шкала інтернет-залежності С.Чена» [62]. Для дослідження висунутого нами припущення домінування віртуальної ідентичності над реальною – шкалу «Надання переваги інтернету перед реальним життям опитувальника «Ставлення до інтернету» авторства Є. Щипіліної [143]. Загалом на підготовчому етапі було проаналізовано такі методи дослідження інтернет-залежності як тест інтернет-залежності К. Янг в адаптації Лоскутової В., метод скринінгової діагностики Т. Юр'євої, «Опитувальник установок по відношенню до інтернету» (Online Cognition Scale, Devi R. A., Flett G. L., Besser A.), тест відношення до інтернету Є. Щепіліної та тест інтернет-залежності С Чена. З метою дослідження прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури та кількісного розподілу типів інтернет-медіакультури було застосовано розроблений в межах дисертаційної роботи опитувальник на дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури, який включав змінні, що відображають механізми продуктивної та непродуктивної дії та анкету на визначення типів інтернет-медіакультури. В процесі апробації опитувальника була підтверджена його конструктивна валідність та виявлено низку статистично значущих кореляцій зі шкалами стандартизованого опитувальника «Шкала інтернет-залежності С. Чена». Якісні методи дослідження включали фокус-групи, напівструктуроване інтерв'ю, соціально-психологічний експеримент, спостереження. Обробка даних кількісного дослідження відбувалася із застосуванням програми SPSS 20.0. Дані якісного дослідження було проаналізовано із застосуванням методів контент-аналізу, аналітичного підходу з подальшою класифікацією даних (Семьнова В.) [20; 125; 142; 172; 229].

Розробка авторського опитувальника на дослідження типів медіакультури потребувала емпіричної верифікації теоретичного конструкту для визначення індикаторів соціально-психологічних механізмів. В якості теоретичного конструкту виступила схема сукупності соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю (див. табл. 2.2).

З метою виділення індикаторів механізмів, які активізуються в процесі формування інтернет-медіакультури підлітків було сформовано три фокус-групи респондентів підліткового віку за принципом рандомізації по 15 осіб кожна. Загальний вік респондентів склав 12-15 років (загальна кількість 45 осіб). Тематика фокус-групи була присвячена всебічному аналізу повсякденної активності підлітків в мережі: найбільш популярні сервіси, найбільш поширені способи взаємодії підлітків з мережею (споживання або творення медіа повідомлень), обговорення способів такої взаємодії (читаю, слухаю, пишу, знімаю відео, розміщую фото). Результати протоколу було проаналізовано із використанням контент-аналізу та сформовано перелік індикаторів, що вказують на дію певних соціально-психологічних механізмів становлення медіакультури підлітка в інтернеті. Індикатори, дія яких була підтверджена емпіричним шляхом було систематизовано та інтерпретовано. Наступний крок передбачав підбір та обґрунтування необхідних критеріїв дослідження шляхом аналізу діагностичних методик та теоретичних концепцій дослідження відповідних механізмів, їх подальшу операціоналізацію з метою добору лексичних одиниць для формулювання тверджень опитувальника (додаток 3).

Технологія конструювання тесту включала дедуктивну (змістову) стратегію, що базується на уявленнях про досліджувані змінні та індуктивну, що передбачає застосування факторного аналізу з метою виявлення індуктивних узагальнень в сукупності тверджень та формуванні шкал опитувальника [39, с.87]. Опитувальник було доповнено анкетною на кількісне визначення типів медіакультури. В основу анкети лягли критерії пасивної та активної (творчої) участі користувача в інтернет-просторі, що частково відображені в опитувальнику з медіаактивності, розробленого лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України [118]. В основу тексту напівструктурованого інтерв'ю, були покладені критерії визначені на кількісному етапі дослідження, які спрямовані на вивчення соціально-психологічної взаємодії підлітка з інтернет-простором, особливостей

сприйняття медіаконтенту, інтернетсоціалізації, мотивів звернення до мережі та специфіки активності в ній. Застосування аналогічних критеріїв дослідження на якісному етапі передбачало обґрунтування його зовнішньої валідності та більш детальне вивчення прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури залежно від виділених нами типів медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю.

На першому (підготовчому) етапі дослідження проведено пілотну апробацію авторського опитувальника з вивчення соціально-психологічних механізмів формування інтернет-медіакультури підлітків. На базі проведеного факторного аналізу методом виділення головних компонент остаточно сформовано текст опитувальника, який включав 64 твердження (див. додаток Б). В пілотному етапі взяло участь 123 учня спеціалізованої ЗОШ I-III ступенів № 148 ім. І. Багряного, віком 11-15 років.

На другому (констатувальному) етапі емпіричного дослідження було проведено діагностику рівня інтернет-залежності та інтернет-захопленості на базі методики Чена С. Здійснено перевірку припущення, що вплив інтернет-захопленості та інтернет-залежності призводить до домінування віртуальної реалізації над реальною із застосуванням шкали «Надання переваги інтернету перед реальним життям» з опитувальника «Ставлення до інтернету авторства Щипіліної Є. Досліджено прояв непродуктивних та продуктивних соціально-психологічних механізмів, що дозволило здійснити емпіричну верифікацію моделі стихійного формування медіакультури інтернет-захопленого підлітка. Проведено кількісний розподіл типів інтернет-медіакультури. Вивчено особливості прояву продуктивних та непродуктивних механізмів залежно від схильності респондентів до виділених нами типів типів інтернет-медіакультури: пасивне споживання, активне (цілеспрямоване) споживання, активне творення, пасивне творення (тиражування). З огляду на те, що об'єктом нашого дослідження виступала медіакультура інтернет-захоплених підлітків, середовищем для відбору респондентів послужили загальноосвітні школи. Загальний вік опитаних складав 11-15 років, та включав учнів 6-10 класів.

Переважає більшість респондентів є активними користувачами інтернету, мають різний рівень успішності та не ознайомлені з предметом медіакультури. Для опитування були обрані класи як гуманітарного, так і математичного профілю спеціалізованої ЗОШ ім. Івана Багряного № 148 та ЗОШ № 99 м. Києва. Отримані дані було проаналізовано з метою визначення груп респондентів із відсутністю інтернет-захопленості, мінімальною схильністю до інтернет-захопленості, ризиком інтернет-захопленості та інтернет-захопленістю. Проаналізовано особливості функціонування перелічених типів медіакультури якісними методами. У дослідженні процесу формування інтернет-медіакультури методом напівструктурованого інтерв'ю взяли участь 30 підлітків віком 12-15 років, учнів ЗОШ ім. Івана Багряного № 148 м. Києва. Даний етап передбачав поглиблене вивчення проблеми інтернет-медіакультури підлітків якісними методами та виявлення тих соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю, які не проявилися на підготовчому етапі дослідження. Крім цього метою напівструктурованого інтерв'ю було більш чітко окреслення визначених нами типів інтернет-медіакультури та дослідження особливостей їх функціонування.

Третій (експериментальний) етап був присвячений розробці та впровадженню програми перевірки дії моделі цілеспрямованого формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю, яка була реалізована на базі спеціалізованої ЗОШ №148 ім. Івана Багряного м. Києва (див. параграф 3.1). Для реалізації соціально-психологічного експерименту із загального числа опитаних було відібрано групи підлітків із інтернет-захопленістю для формування експериментальної та контрольної груп респондентів, які братимуть участь у соціально-психологічному експерименті з розвитку інтернет-медіакультури. Програма містила низку вправ авторської розробки, які оцінювалися експертами з Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, шкільними психологами (ЗОШ № 99, ЗОШ № 148) та фахівцями з медіаграмотності та медіаосвіти. Для проведення експерименту було відібрано контрольну та експериментальну групи респондентів чисельністю 28 та 32

особи. Загальний вік учасників складав 12-14 років. На початку та в кінці реалізації програми здійснювалися контрольні заміри прояву продуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури із застосуванням авторського опитувальника. Також учасникам було запропоновано заповнити анкети самооцінки критеріїв культури поміркованого споживання та творення. Особливості активності та поведінки учасників програми в ході тренінгу фіксувалися за допомогою методу спостереження. За результатами проведення програми було проаналізовано всі отримані дані та здійснено оцінку її ефективності.

2.2. Обґрунтування методологічного концепту дослідження та виявлення емпіричних індикаторів соціально-психологічних механізмів формування медіа культури у підлітків з інтернет-захопленістю

Обґрунтування методів діагностики інтернет-захопленості. Однією з ключових ідей запропонованого дослідження є відхід від класичного уявлення про проблему інтернет-залежності та виділення більш актуального для сучасного підліткового середовища поняття “інтернет-захопленості”. Торетичний аналіз методів діагностики прихильності до інтернету вказує на те, що існуючі на сьогодні методики містять прозорий перелік запитань та розподіл на три рівні інтернет-залежності: низький рівень інтернет-залежності, схильність до інтернет-залежності, інтернет-залежність [62, с. 14; 132].

Для вибору стандартизованої методики, яка дозволить виділити групу інтернет-захоплених підлітків здійснено аналіз низки існуючих на сьогодні тестів з вимірювання інтернет-залежності за такими критеріями як зміст та кількість формулювань та шкали опитувальників. Загалом було проаналізовано тест на визначення інтернет-залежності Янг К. в адаптації Лоскутової В., тести інтернет-залежності Кулакова С., Кузнецова К., Литвиненко Н., метод скринінгової діагностики інтернет-залежності Юрьової Т, опитувальник «Ставлення до інтернету» Є. Щипіліної, Online Cognition Scale, Devi R. A.,

Flett G. L., Besser A. Аналіз тестів Лоскутової В. (Бурової), Кулакова С., Кузнєцов К., Литвиненко Н.. Перелічені методики є адаптованими російськомовними версіями тесту на визначення інтернет-залежності К. Янг, мають доволі прозорі формулювання, не містять розподілу на шкали за специфікою проявів симптомів залежності, а лише чотириступеневу шкалу кількісної оцінки інтернет-залежності: відсутність інтернет-залежності, ризик інтернет-залежності, інтернет-залежність. Дещо відрізняється за своєю структурою і діагностичними властивостями метод скринінгової діагностики запропонований Юрьєвою Т. [222]. Тест більше спрямований на виявлення клінічних симптомів інтернет-залежності та відображає специфічний, а не загальний характер користування комп'ютером та інтернетом. Як демонструють результати дослідження інтернет-залежності описані в праці «Комп'ютерна залежність: симптоми, формування і профілактика» об'єктом дослідження стали підлітки з симптомами залежності від комп'ютерних ігор [223]. Аналіз результатів апробації канадського тесту «Опитувальник установок по відношенню до інтернету» (Online Cognition Scale, Devi R. A., Flett G. L., Besser A.) на основі результатів дослідження Е. Губенко [46]. Тест містить 36 тверджень та чотири шкали: соціальний комфорт, самотність/депресія, знижений самоконтроль, відволікання. Попри задовільні показники внутрішньої узгодженості тесту, опитувальник показав високу інтеркореляцію шкал як в канадській так і російській версії. Результати апробації опитувальника, а також проведений нами контент-аналіз тверджень продемонстрували вузьку діагностичну спрямованість опитувальника, що виявляється у дублюванні симптоматики в формулюваннях опитувальника.

Серед загальної кількості методик більш чіткий та деталізований розподіл на шкали міститься у тесті «Шкала інтернет-залежності С. Чена CIAS» в адаптації Малигіна В., Феклісова К. (2011) [62]. Тест базується на критеріях вимірювання інтернет-залежності, найбільш наближених до шести універсальних критеріїв залежності. Методика включає 26 запитань по п'яти оціночних шкалах: компульсивність, синдром відміни, толерантність,

управління часом, внутрішньоособистісні та проблеми зі здоров'ям. Крім цього в методиці закладені два типи надшкальних критеріїв — інтегральні показники самої залежності (сума перших трьох шкал) та наслідків залежності (сума останніх двох шкал). Сума всіх шкал визначає наявність або відсутність інтернет-залежності. Загальний бал тесту CIAS передбачає діагностику наступних стадій інтернет-залежності: відсутність інтернет-залежності, мінімальна схильність до формування інтернет-залежності, схильність до формування інтернет-залежності; інтернет-залежність.

Відповідно до здійсненого теоретики-методологічного аналізу методів дослідження інтернет-залежності з метою виділення групи інтернет-захоплених користувачів нами було обрано тест «Шкала інтернет-залежності Чена С.» в адаптації Л. Малигіна, К. Феклісова [62]. Важливо зауважити, що за відсутності методів вимірювання інтернет-захопленості з методологічної точки зору даний феномен важливо досліджувати разом з інтернет-залежністю.

Аналізуючи феномен інтернет-захопленості нами було висловлено припущення, що одним із його наслідків є домінування віртуальної реалізації ідентичності над об'єктивною. З метою доведення вказаного припущення було здійснено опитування респондентів із використанням шкали тесту «Сприйняття інтернету» авторства Є. Щипіліної Є та А. Войскунського [143]. Вказаний опитувальник містить 67 запитань, що базуються на 12 оціночних шкалах, згрупованих за факторами и: “залежність”, “особливості сприйняття інтернету” та “наслідки залежності”. Серед запропонованих в опитувальнику шкал містилися підшкали, які відображали поставлену нами мету виміряти ціннісне сприйняття інтернету, а саме «Сприйняття інтернету як кращого порівняно з реальним життям» та «Одухотворенність інтернету». Запитання, які відображали відповідні критерії найбільше за змістом відповідали поставленим нами діагностичним завданням. Перевірка психометричних властивостей методики здійснена Соломіною Л. дозволила виділити чотири фактори, перший з яких включав 20 пунктів та отримав назву «надання переваги інтернету перед реальним життям», запитання вказаного фактору відображають критерії

спрямовані на дослідження ціннісного типу користування інтернетом [176]. Проведений нами змістовний аналіз тверджень на актуальність для підлітків із урахуванням технологічних змін мережі (запитання про чати, електронну пошту, ICQ) дозволив виділити одинадцять формулювань із вказаного фактору, які були спрямовані на оцінку переваги віртуальної реалізації особистості над об'єктивною:

1. Перебуваючи в інтернеті, я відчуваю себе частиною чогось більшого.
2. Мене влаштовують закони і правила віртуального світу значно більше, ніж реального.
3. Інколи мені хочеться перенести свої дії в мережі на реальне життя (наприклад, занести когось в «ігнор»).
4. Коли я в інтернеті я інший, ніж у реальному житті
5. В інтернеті я реалізуюсь як особистість краще, ніж в реальному житті
6. Інколи мені здається, що люди в мережі розуміють мене краще, ніж у реальному житті
7. Інколи віртуальний світ мені здається більш привабливим ніж реальний
8. Зазвичай в мережі я відчуваю себе комфортніше, ніж у реальному житті
9. Те, що відбувається в мережі часто значно цікавіше того, що відбувається в реальному житті.
10. В інтернеті я відчуваю себе більш впевнено, ніж у реальному житті
11. Я сприймаю себе в інтернеті інакше, ніж у реальному житті

Етапи конструювання авторського опитувальника. Основною метою дослідження було вивчити рівень прояву соціально-психологічних механізмів продуктивної та непродуктивної дії в процесі стихійного формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю. Дослідження непродуктивного компоненту стихійного формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю передбачало розробку відповідного інструменту діагностики, який би відображав поставлені нами дослідницькі цілі. В процесі конструювання тесту ми послуговувались раціонально-емпіричною стратегією і перевірки валідності, яка включала наступні етапи [39, с. 113-114]:

- розробка теоретичного конструкту досліджуваної психічної властивості шляхом накопичення різноманітної інформації про властивості, що вивчаються, аналіз теоретичних передумов і експериментальних даних з дослідження вимірюваних нами змінних. Даний етап включає теоретико-методологічний аналіз та перелік сукупності продуктивних та непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури [3, 20];

- верифікація вказаної теоретичного конструкту на предмет виявлення емпіричних індикаторів проявів соціально-психологічних механізмів продуктивної та непродуктивної дії в підлітковому середовищі. На даному етапі проводяться фокус-групи присвячені окресленню характеру діяльності підлітків в інтернет-середовищі та емпіричному виявленню індикаторів соціально-психологічних механізмів стихійного та цілеспрямованого формування медіакультури;

- інтерпретація та операціоналізація виявлених емпіричним шляхом індикаторів, які ляжуть в основу авторського опитувальника. Даний етап включає роз'яснення принципу дії виявлених механізмів, аналізу їх методів дослідження, добору лексичних одиниць до виділених індикаторів, які вказують на дію того чи іншого механізму.

Методом теоретико-методологічного аналізу була виділена сукупність соціально-психологічних механізмів продуктивної та непродуктивної дії, які задіяні у цілеспрямованому та стихійному процесі формування медіакультури підлітка з інтернет-захопленістю, яка виступала в якості конструкту, який піддавався емпіричній верифікації. Серед механізмів інформаційного сприймання були віділені рефлексивне, критичне, аналітичне та мимовільне сприймання. До механізмів мережевої взаємодії були віднесені такі механізми соціально-психологічної взаємодії як типологізація, стереотипізація, навіювання, наслідування, зараження, соціальне підкріплення, автономізація. Медіасоціалізація супроводжується дією мережевої інтеріоризації та мережевої ідентифікації. Передача медіаповідомлень в мережі здійснюється за участі механізмів екстеріоризації, відтворення.

Основним завданням даного етапу було виявити індикатори взаємодії підлітка з інтернет-середовищем, які вказують на дію певних соціально-психологічних механізмів, які беруть участь у формуванні та становленні його медіакультури. З метою виділити емпірично із запропонованого переліку ті механізми, дія яких проявляється в середовищі взаємодії підлітка з інтернет-простором було використано метод фокус-груп з метою окреслення семантичного поля взаємодії підлітка з інтернет-простором (найбільш популярні серед підлітків інтернет-сервіси); зафіксувати характер діяльності підлітка в інтернет-просторі, виявити на базі отриманих даних індикатори соціально-психологічних механізмів та сформувати остаточний перелік соціально-психологічних механізмів, які беруть участь у формуванні медіакультури підлітка, захопленого інтернетом. Для емпіричної верифікації теоретичного конструкту було сформовано 3 фокус-групи, які склались із п'ятнадцяти осіб кожна, вік учасників склав 12-15 років, учнів ЗОШ № 99 м. Києва, СШ №148 ім. Івана Багряного. У першій групі брало участь 7 осіб чоловічої статі, 8 – жіночої, в другій – 8 осіб жіночої статі та 7 осіб чоловічої статі, третя включала 9 осіб чоловічої статі та 6 жіночої. Загальна кількість хлопців склала 23 особи, дівчат – 22. Протоколи отриманих даних з фокус групи були проаналізовані із застосуванням методу контент-аналізу на предмет найпопулярніших серед підлітків видів інтернет-діяльності (визначення семантичного поля) та особливостей діяльності підлітків в його межах для виявлення індикаторів соціально-психологічних механізмів, що супроводжують таку діяльність [125].

В результаті аналізу даних ми отримали наступний перелік індикаторів: дивлюся багато відео, підписуюся на канали, стежу за друзями в інтернеті, популярними особами (блогерами, зірками шоу-бізнесу), повторюю чийсь поведінку, підхоплюю популярні тенденції, корегую фото, розміщую багато фото, сприймаю, аналізую, просто читаю, висловлюю свою думку, граю в ігри, довіряю певним джерелам, маю на все свою думку, здійснюю покупки, пишу коментарі, вступаю в суперечки, захоплююсь (зірками, блогерами), ставлюся

байдуже, розділяю погляди, приєднуюсь до думки інших, інколи займаюсь цькуванням інших. Застосовуючи аналітичний підхід ми виокремили наступні групи механізмів, що супроводжують дію даних індикаторів. Перша група містила виявленні змінні та ідентифікувалась як «продуктивні механізми»: рефлексія, критичне сприйняття, автономізація. Друга група відображала запропоновані змінні та визначалась як «непродуктивні механізми»: автоматичне сприйняття, зараження, навіювання, наслідування, імпульсивність, ідентифікація та інтеріоризація (див табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Емпіричне виявлення індикаторів соціально-психологічних механізмів формування інтернет-медіакультури

Семантичне поле інтернет-активності підлітків	Характер діяльності та особливості медіакультури	Індикатори соціально-психологічних механізмів	Соціально-психологічні механізми, що приводять в дію виявлені індикатори
YouTube, Стрімінгові сервіси	Дивиться багато відео протягом тривалого часу, підписується на велику кількість каналів, регулярно ставить «вподобайки», створює відео сюжети самостійно, слідує за певними медіа персонажами, повторює за кимось, реагує на імпульси мережі	Наслідує, реагує, підхоплює,	Автоматичне сприйняття, зараження, наслідування, імпульсивність (опис механізмів наведено на с.73-78)
Інформаційні та новинні сайти	Інколи переглядає повідомлення, читає новини	Сприймає критично Сприймає некритично	Рефлексія, критичне сприйняття, автоматичне сприйняття, автономізація, вольова регуляція (опис механізмів наведено на с.73-78)
Соціальні мережі	Належить до різноманітних груп та підгруп, підписується на інших популярних користувачів, шукає необхідну інформацію для себе, розміщує фото, піддає власні фото коригуванню, спілкується, розміщує фото, пише коментарі, ставить вподобайки, критикує, схвалює, любить демонструвати гарні речі, одяг	Сприймає, реагує, наслідує, створює повідомлення різного характеру, тиражує, копіює, має власну думку, погоджується з іншими	Наслідування, зараження, імпульсивність мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація (опис механізмів наведено на с.73-78)

Он-лайн торгівля	Регулярно купує товари в інтернеті, спостерігає за новинками, переглядає хіт-паради з рейтингами товарів	Реагує, наслідує	Навіювання, наслідування, імпульсивність (опис механізмів наведено на с.73-78)
------------------	--	------------------	--

На кінцевому етапі обробки даних ми отримали наступний перелік механізмів: рефлексія, критичне сприйняття, автономізація, автоматичне сприйняття, зараження, навіювання, наслідування, мережева ідентифікація та мережева інтеріоризація. В контексті дослідження захопленості важливо ввести такий критерій дослідження як психічна регуляція, яка передбачає такі форми як вольовий та імпульсивний рівень регуляції. важливо зауважити, що окреслені нами механізми передачі повідомлень на етапі фокус-груп не були виявлені.

До механізмів продуктивного спрямування ми віднесли такі як: *рефлексія, критичне сприйняття, автономізація та вольовий рівень регуляції*. Саме ці механізми вказують на високий рівень медіакультури та є ефективними в процесі її цілеспрямованого формування. Важливо зауважити, що обрані нами механізми за своєю суттю носять більш психологічний характер, але в умовах взаємодії набувають соціально-психологічного змісту.

Отже, важливо обґрунтувати значення перелічених механізмів в процесі формування медіакультури та виділити емпіричні індикатори їх подальшого дослідження.

Критичне сприйняття. Критичне сприйняття розглядається в якості здатності критично оцінювати, піддавати сумніву та виявляти недовіру до інформаційного наповнення мережі. [27; 29; 37; 47; 120; 205].

Рефлексія. В умовах взаємодії з інтернет-простором рефлексія досліджується нами як здатність більш глибокого осмислювати інтернет-контент, оцінювати власну поведінку та мотивацію до участі в інтернет просторі, як усвідомлення кінцевої мети звернення до користувача медіа агенцій та окремих осіб в інтернеті, розуміння причин виникнення масових тенденцій в мережі [73; 94; 98; 127].

Регуляція. В контексті захопленості важливою ознакою розвитку медіакультури виступає критерій регуляції: підліток цілком контролює власну інтернет активність та керується усвідомленим вибором [136].

Автономізація. Поняття автентичності розглядається через призму різноманітних науково-психологічних підходів як позитивна характеристика особистості, її здатність проявляти свої істинні наміри, саморозвиватися, володіти внутрішньою свободою. В якості механізму, що забезпечує розвиток автентичності ми розглядаємо автономізацію. Позняк Д. у своїй дисертації «Рефлексивні механізми свідомості виборця як суб'єктів політичної взаємодії» трактує механізм автономізації як набуття здатності мати власні судження і самостійно регулювати свою поведінку [152]. В умовах маніпулятивного середовища мережі даний механізм розглядається нами в якості одного з ключових механізмів формування медіакультури особистості. Автентичні прояви особистості в інтернеті досліджувала Д. Іванова припускає, що автентичність проявляється саме на останньому етапі інтернет-соціалізації та реалізується у творенні інформаційних повідомлень [61]. На нашу думку особистість має змогу реалізовувати прояви власної автентичності на будь-якому етапі: вибору медіа контенту (згідно власних переконань на протипагу нав'язаним судженням) та самореалізації оминаючи домінуючі тенденції в мережі. Основним критерієм діагностики автономізації виступає прояв незалежності власної позиції в мережі.

Високий ступінь реалізації продуктивних механізмів медіакультури формує такий тип взаємодії з мережею, який ми означили як помірковане споживання та творення.

Наступним етапом стала інтерпретація змісту та виділення емпіричних індикаторів непродуктивних механізмів, які ми називаємо механізмами стихійного формування медіакультури підлітка з інтернет-захопленістю. Їх групу склали *мимовільне сприймання, імпульсивність, зараження, навіювання, наслідування, мережева ідентифікація, мережева інтеріоризація*. Як і у випадку продуктивних механізмів формування медіакультури критерій

сприйняття залишається ключовим в оцінці здатності підлітків взаємодіяти з інформаційним контентом мережі.

Мимовільне сприймання. В нашому дослідженні в інтерпретації феномену мимовільного сприйняття ми опираємося на теорії Д. Канемана, К. Санстейна, Д. Талера, які в своїх дослідженнях вказують на те, що медіапростір побудований таким чином, щоб спонукати користувача сприймати інформацію автоматично без участі рефлексивних процесів [68; 193]. Таку ж думку розділяє Г. Почепцов зазначаючи, що масовість досягається створенням автоматичної реакції, коли споживачу не дають можливості задуматися і він починає запізнюватися із власною реакцією [160, с. 596]. Часто отримуючи інформацію візуально, навіть не думає відноситися до неї критично [159, с. 172]. Розглядаючи мимовільне сприйняття як непродуктивний механізм, ми припускаємо, що в масовому середовищі інтернету інформація сприймається інтернет-захопленими підлітками автоматично без будь-якого критичного осмислення. Бек А. визначає автоматичне мислення як мислення, що передбачає швидкоплинні оціночні думки, що виникають як реакція людини на ті, чи інші обставини та не є результатом розмірковувань та умовиводів, але зазвичай сприймаються за істинні [227] В нашому дослідженні мимовільне сприйняття також виступає в якості критерію діагностики сугестії (навіювання).

Навіювання. Відносять до механізмів соціально-психологічного впливу [92; 169]. Медіакультура підлітка формується через некритичне засвоєння зовнішньо насаджених переконань, страхів, стереотипів [9].

Імпульсивність. Дії підлітка спонукає не осмислене бажання знайти ту, чи іншу інформацію, а імпульси, які надсилає мережа у вигляді повідомлень рекламного та привабливого для підліткової аудиторії характеру (різноманітні пропозиції переглянути той чи інший матеріал, зіграти в відео та азартні ігри). Мотивація до перегляду такої інформації не відстежується підлітком через надмірну швидкість реакцій на зовнішні стимули мережі. Імпульсивність виступає в якості додаткового критерію дослідження механізму психічного зараження.

Зараження. Відносять до механізмів соціально-психологічного впливу [5]. Діяльність в медіапросторі розвивається не усвідомлено, а шляхом миттєвого підхоплення масових тенденцій в мережі [218].

Наслідування. Відносять до механізмів соціально-психологічного впливу, засвоєння соціального досвіду [5; 92; 147]. Найпростіша форма наслідування імітація отримує в інтернеті свою безпосередню реалізацію у прямому копіюванні візуальних образів, їх перенесення у власний профіль та поведінку, стиль самопрезентації запозичений в когось, цінності та переконання. Г. Лебон вказує на тісний взаємозв'язок між зараженням та наслідуванням [95]. Масове психічне зараження призводить до масового наслідування, як приклад можемо навести «вірусні» відео та пости, різноманітні виклики. Крім цього механізм наслідування більш фундаментально реалізовується в процесі ідентифікації. Підліток активно копіює моделі поведінки певного інтернет-кумира.

Функціонування перелічених нами механізмів соціально-психологічної взаємодії та соціальної перцепції неможливо розглядати відокремлено. Їх взаємозв'язок та взаємна стимуляція складають основу процесу становлення та формування медіакультури підлітка. Певні моделі поведінки в інтернеті виникають в процесі наслідування, яке в свою чергу зумовлене психічним зараженням та навіюванням.

Механізми медіасоціалізації. Інтернет-медіапростір вже давно перетворився на додатковий ресурс формування соціальної ідентичності, її ціннісно-нормативної сфери через засвоєння соціального досвіду з мережі [1; 14; 57; 85]. Механізми, які беруть участь у процесі віртуальної соціалізації підлітка безпосереднім чином впливають на становлення його медіакультури. Для нас було важливо дослідити ступінь їх реалізації в інтернет-просторі. Дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури зумовлює необхідність вивчення медіакультурного портрету підлітка: а саме, чи є він творцем чи споживачем медіаконтенту та яку роль відіграє механізм ідентифікації у формуванні медіакультури підлітка з інтернет-захопленістю. Ідентифікація в підлітковому віці характеризується процесом адаптації до

соціальних умов та визначенням ролей [133; 164, 220]. Якщо провести аналогію між процесом формування соціальної ідентичності через призму концепції І.Гофмана і Р. Фогельсона як форму адаптації індивідуальності до зовнішнього середовища та баченням В. Агєєва одним із напрямків психології культури з'ясування закономірних зв'язків між внутрішнім, психічним світом людини і світом зовнішнім, соціальним (етнокультурним), то механізм ідентифікації можна трактувати в якості одного з ключових механізмів формування культурного образу, який пов'язує прояви об'єктивної ідентичності підлітка з його мережевим образом [2; 42]. Прояв механізму ідентифікації в інтернет-просторі ми назвемо *мережевою ідентифікацією*. Дослідження динаміки розвитку мережевої ідентифікації вказує на напрямок формування медіакультури – з яким середовищем і з якими «персонажами» ототожнюють (зв'язують) себе підлітки.

Засвоєння медіадосвіду, що супроводжується трансформацією пропагованих мережею моделей поведінки та світогляду у внутрішні цінності і переконання відбувається у різних формах взаємодії з інтернет простором і забезпечується механізмом, який ми означили як *мережева інтеріоризація*. В умовах формування медіакультури цей механізм розглядається в якості того, які цінності та переконання визначають медіакультуру підлітка. Коломієць О. вказує, що у віртуальному просторі передача культурних норм та цінностей відбувається не від старшого покоління до молодшого, а від ідеалів та віртуальних образів. Автор зазначає, що в процесі інтеріоризації формування внутрішньої структури психіки може відбуватися на основі інформації з мас-медіа, переведення елементів зовнішнього медіа середовища у внутрішнє «Я» особистості, розвиток віртуального образу особистості [86].

Отже, нами було здійснено процедуру емпіричної верифікації теоретичного конструкту сукупності соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітка з інтернет-захопленістю. Методом застосування фокус-груп було виявлено емпіричні індикатори, на базі яких означено соціально-психологічні механізми продуктивної та непродуктивної

дії, які безпосередньо активізуються у взаємодії підлітка з інтернет-простором. Здійснено смислову інтерпретацію виокремлених механізмів та визначено їх роль у процесі формування медіакультури інтернет-захопленого підлітка.

2.2.1. Розробка та апробація опитувальника з дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітків. Варто коротко зробити огляд існуючих на сьогодні методів діагностики медіакультури та медіаграмотності. Серед них можна відзначити опитувальник А. Федорова «Оцінка медіа грамотності та критичного мислення», який складається з шести основних блоків: мотиви користування, рівень контактного показника медіа компетентності, рівень інформаційного показника медіа компетентності аудиторії, знання історії медіакультури, знання історії медіакультури, діагностика інтерпретаційного/оцінного показника аудіовізуальної медіа компетентності, діагностика креативного показника аудіовізуальної культури, діагностика операційного показника медіа компетентності аудиторії (технічна медіакультура). Методика включає такі шкали рівнів медіа грамотності як сенсорний, мотиваційний та оцінний та креативний. Критеріями оцінного та креативного мислення виступили аналітичне (проаналізуй медіа текст) та рефлексивне мислення (стань на місце персонажа) [199]. Спосіб діагностики медіа грамотності учнів запропонований Н. Череповською ґрунтується на оцінці знання теорії медіа та здатності підлітків критично оцінювати, аналізувати медіа тексти, мислити рефлексивно (проаналізуй, подумки пригадай, як ти гадає чому? Що саме? тощо) [213]. Л. Найдьонова крім здатності мислити в оцінці медіа грамотності базується на таких критеріях як медіаконцентрація, комунікативні здібності, здатність створювати контент [136].

Перед нами стояло завдання розробки опитувальника, який би містив змінні, які відображають виділені на етапі емпіричної верифікації соціально-психологічні механізми продуктивної та непродуктивної дії. Процедура розробки опитувальника передбачала наступні завдання:

1) Теоретичний аналіз методик та концептуальних підходів, де досліджується дія виділених нами соціально-психологічних механізмів.

2) Відбір критеріїв (індикаторів) прийнятних для дослідження соціально-психологічних механізмів формування інтернет медіакультури.

3) Добір лексичних одиниць для конструювання тверджень авторського опитувальника на основі обраних критеріїв.

4) Формування структури опитувальника.

Якщо зробити узагальнену класифікацію психодіагностичних методик, то їх умовно можна розділити на психологічні, які досліджують особистість та її якості, та соціально-психологічні, що досліджують особливості міжособистісної та міжгрупової взаємодії індивідів. Коли мова йде про формування медіакультури в інтернет-середовищі найважливішим аспектом виступає те, що особистість (підліток) взаємодіє не з сукупністю реальних об'єктів та суб'єктів, а з формами їх інтерпретації. В даному випадку вивчення соціально-психологічних механізмів набуває іншого значення. Численні дослідження особливостей інтернету свідчать про суттєві відмінності між соціально-психологічною діяльністю особистості та її віртуальною активністю. [12; 57, 58; 217]. Т. Титаренко зазначає, що у життєвому світі людини співіснують не реальні фізичні об'єкти в їх безпосередній взаємодії, а їхні суб'єктивні інтерпретації [56, с. 8]. В інтернет-середовищі між цими інтерпретаціями посередником виступає інтернет-середовище, яке надає їм ще більш символічного значення.

Дослідження соціально-психологічних механізмів продуктивної дії включатиме змінні, які ми означимо як виявлені: критичне сприйняття, рефлексивне сприйняття, автономізація. Дослідження непродуктивного компоненту міститиме перелік запропонованих змінних: автоматичне сприйняття, наслідування, навіювання, зараження, мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація. Для операціоналізації як виявлених, так і запропонованих змінних нами був здійснений теоретико-методологічний аналіз методів та концепцій дослідження виокремлених соціально-психологічних

механізмів, на базі яких виділено змістовні критерії (індикатори) з подальшим добором лексичних одиниць для формулювання тверджень опитувальника (процедура конструювання тверджень опитувальника зміститься в додатку Д).

В процесі розробки завдань було враховано низку вимог до конструювання тестів [39, 248; 249]. Завдання містили чіткі однозначні формулювання. Наявність тверджень на дослідження непродуктивного компоненту інтернет-медіакультури дозволяла уникнути соціально схвалюваних відповідей. У результаті було сформовано опитувальник, який містив 68 тверджень самооцінки. Респондентам було запропоновано оцінити згоду із представленими твердженнями за п'ятибальною шкалою Лайккерта: 1 – повністю не згоден, 2 – швидше не згоден, 3 – важко відповісти, 4 – швидше згоден, 5 – повністю згоден.

Процедура апробації опитувальника. Розроблений текст опитувальника пройшов апробацію на 123 учнях (62 хлопців та 61 дівчат) ЗОШ м. Києва віком 11-15 років. Здійснений на основі отриманих результатів факторний аналіз методом аналізу головних компонент виявив 7 факторів, на яких прийшлося 52,06 % дисперсії (коефіцієнти КМО = ,652 Бартлета = ,000). Число утворених факторів можна пояснити значною кількістю змінних, що мали бути виміряні в процесі дослідження.

Перший фактор «наслідування, зараження, імпульсивність» (10,83% від загальної дисперсії) б'єднав ознаки швидкості та регулярності реакції підлітків на стимули мережі, підхоплення та наслідування популярних тенденцій та інших користувачів в інтернеті. У вказаний фактор увійшли наступні твердження (інформація з приводу факторного навантаження міститься в додатках): Я регулярно обновлюю свій статус у соціальних мережах (,698); Я часто робив в інтернеті необдумані покупки (,504); Для мене важливо якомога найшвидше розмістити інформацію в інтернеті (,557); Я вважаю, щоб бути успішним серед однолітків необхідно когось наслідувати в інтернеті (,768); Для збільшення популярності власного блогу інколи варто йти на екстремальні вчинки (,467); Я завжди переглядаю найпопулярніші в інтернеті відео (,622); Я

прагну, щоб у моєї сторінки в соціальних мережах було найбільше «фоловерів» серед однолітків (,504); Я підписаний на велику кількість інтернет-блогів (або YouTube-каналів) (,407); Мені доводилось брати участь у різноманітних «челенджах» (,542).

Другий фактор *«рефлексивне сприйняття»* (8,42%) дображає здатність до спостереження і рефлексивної оцінки власної ролі у інтернет просторі, можливості оцінювати характер та мету прихованих медіа впливів. До вказаного фактору увійшов наступний перелік тверджень: я завжди обдумую для чого я розмішую фото, пости та відео в інтернеті (,507); я помічаю, як шукаючи якийсь товар в інтернеті, мені пропонують його рекламу на всіх сторінках (,614); я неодноразово замислювався, що все в інтернеті побудовано так, щоб максимально залучити користувача (,467); я розумію, чому одні відео на YouTube популярніші за інших (,607); я неодноразово замислювався, за рахунок чого найвідоміші блогери стали такими популярними (,422); я помічаю, як Youtube формує відеоряд за моїми вподобаннями (,504); я завжди розумію, яку мету переслідують ті, хто створює інформацію (,573); я помічаю, як все більше залишаю особистої інформації про себе в інтернеті (,451); я завжди розумію, з якою метою я звертаюсь до інформації в інтернеті (дивлюсь певні відео, читаю інформацію, спілкуюсь) (,731); я завжди розумію, яку мету переслідують ті, хто створює інформацію (,431).

У третій фактор *«критичне сприйняття»* (7,66%) б'єдналися твердження, які відображають здатність підлітка критично сприймати та аналізувати медіа контент: більшості повідомлень в мережі я стараюсь надавати критичну оцінку (,467); я звертаюсь до різних джерел, щоб перевірити отриману інформацію (,451); я додаю до своїх друзів лише тих, кого знаю або тих, кому довіряю (-,608); потрапити на відео, яке знімають мої однолітки мені видається небезпечним (,768); мені часто вдається розрізнити неправдиві повідомлення (,522); я довго обдумую наперед, чи варто мені щось розмішувати чи писати в інтернеті (,751); мені здається, соціальні мережі та інтернет сервіси створені лише для того, щоб маніпулювати людьми (,576); мені доводилось думати на

тим, чи вплине на мене у майбутньому надмірна захопленість відеоіграми (.555).

Четвертий фактор *«мережева інтеріоризація»* (7,47%) описує те, яким чином в оцінках підлітків відображається інтернет-середовище як джерело задоволення їхніх потреб і рівня домагань. До вказаного фактору увійшли наступні твердження: для мене інтернет – це те середовище, де я можу реалізуватись краще, ніж у реальному житті (.696); Соціальні мережі дозволяють справити яскраве враження про себе і я користуюсь цією можливістю (.505); Інколи корисно займатись інтернет-цькуванням для підвищення самооцінки (.605); немає нічого поганого в тому, щоб займатися троллінгом в інтернеті, це, принаймні, кумедно (.569); я часто роблю селфі та викладаю його в мережу, бо мені приємно, що мною захоплюються інші (.665); я думаю, що завдяки інтернету отримати все і одразу значно простіше, ніж це було раніше (.655).

Твердження, які інтерпретуються нами як спосіб неусвідомлене споживання медіаконтенту медіаконтенту об'єдналися у п'ятий (6,63%) фактор *«автоматичне сприйняття»*: для мене взагалі немає значення, правдива це інформація, чи «фейк», від цього все-одно нічого не зміниться (-,568); не важливо, що люди говорять в інтернеті, важливо, що є можливість висловити свою думку (.538); я довіряю усій інформації в інтернеті (.506); для підвищення рейтингу власної сторінки варто додавати до своїх друзів усіх, хто надсилає запит (.503); навіщо відшукувати правду серед купи «інформаційного сміття», краще не вірити всьому і одразу (.405); на мою думку, немає необхідності постійно аналізувати знайдену в інтернеті інформацію, я просто щось читаю і дивлюсь для власного задоволення (.611).

Шостий фактор *«автономізація»* (6,43%) утворили твердження які описують можливість підлітка зайняти альтернативну позицію стосовно масових соціальних тенденцій. У вказаний фактор увійшли наступні твердження: мені абсолютно байдуже до популярних блогерів, без інтернету вони нічого не варті (.531); мені багато в чому не подобається сучасне інтернет

суспільство; комп'ютерні ігри – це штучно створений світ, який не несе жодної цінності (,466); мене дратують заклики в соціальних мережах постійно щось писати чи оновлювати інформацію про себе (,457); Я зареєструвався (лась) в соціальних мережах лише через необхідність спілкуватись з однолітками (,503); Мені здається, соціальні мережі та інтернет сервіси створені лише для того, щоб маніпулювати людьми (,426).

Сьомий фактор «*мережева ідентифікація*» (4,60%) утворюють ознаки, які описують мережеві образи та мережеве середовище з якими себе ототожнює підліток. У вказаний фактор увійшли наступні твердження: інколи я думаю, що краще бути героєм комп'ютерної гри, ніж тим ким я є насправді (,701); в мене є персонажі з інтернету з якими я себе асоціюю (,557); люди, які стали популярними завдяки YouTube, викликають у мене захоплення (,483); єдине, що варте уваги в інтернеті – це он-лайн відеоігри (,581); найцікавіше для мене в інтернеті - це переглядати відео на Youtube (,613).

Отже в остаточному варіанті опитувальник містив 64 твердження та об'єднала в собі 7 шкал: критичне сприйняття; автоматичне сприйняття; рефлексивне сприйняття; імпульсивність, зараження, наслідування; автономізація, мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація. Здатність регулювати свій час в інтернеті була відображена шкалою «часова регуляція» тесту з вимірювання інтернет-залежності Чена, тому в опитувальник з дослідження соціально-психологічних механізмів було включено запитання «Важко відстежити як спливає час, перебуваючи в інтернеті», яке відображало індикатор керованості та аналізувалося окремо.

Ключ до опрацювання опитувальника. Шкали опитувальника відображенні наступними запитаннями: «імпульсивність зараження наслідування» (3, 4, 5, 6,8, 12, 23, 32, 52,55); «Рефлексивне сприйняття» (6, 15, 17 ,22, 25, 27 ,31, 36,42); «Критичне сприйняття» (7, 13, 38, 44, 48, 49, 50); Рефлекторне сприйняття (10, 16, 18, 19, 21, 30, 37, 51), «Автономізація» (24, 40, 47, 54, 59, 63); «Мережева інтеріоризація» (1, 33, 35, 41, 43, 46); «Мережева ідентифікація» (11, 28, 39, 45, 64). Обчислення результатів опитування

здійснюється шляхом порівняння середніх значень залежно від певного критерію (інтернет-залежності, інтернет-захопленості, схильності до певного типу медіакультури).

Перевірка опитувальника на внутрішню надійність. Для даної перевірки використовувався статистичний метод опрацювання даних – «метод альфа Кронбаха». Показник « α » ступінь відображення тими самими показниками різних характеристик. Чим більш наближеним є показник « α » до одиниці, тим більш надійною є методика чи окрема її шкала. Статистичний аналіз показав, що показник « α » за шкалою «Наслідування, зараження, імпульсивність» склав 0,735, за шкалою «рефлексивне сприйняття» - 0,717, за шкалою «критичне сприйняття» - 0,721, за шкалою «мережева інтеріоризація» - 0,712, за шкалою «автоматичне сприйняття» - 0,699, за шкалою автономізація – 0,687, за шкалою «мережева ідентифікація» - 0,673.

Перевірка опитувальника на конструктну валідність. Відсутність аналогічних методик для перевірки конструктної валідності опитувальника зумовила необхідність визначення релевантного соціально-прагматичного критерію та формуванням передбачуваної гіпотези, яка корелюватиме з іншим тестом (опитувальником на визначення інтернет-залежності «Шкала інтернет-залежності С. Чена» [39, с. 113]). В якості соціально-прагматичного критерію виступив ступінь активізації непродуктивних соціально-психологічних механізмів медіакультури порівняно із зростанням рівня інтернет-захопленості. Теоретичним уявленням про вимірювану властивість було те, що разом із зростанням рівня інтернет-захопленості відбувається зростання рівня непродуктивних соціально-психологічних механізмів. кореляційного аналізу за критерієм Пірсона виявив тісну кореляцію між заданим соціально-прагматичним критерієм (ступінь активізації непродуктивних соціально-психологічних механізмів) та зростанням інтернет-залежності на рівні $r=,627^{**}$ ($p \leq 0,001$).

Перевірка опитувальника на ретестову надійність Нами було здійснену кореляційний аналіз Пірсона між показниками первинного та повторного

дослідження даної групи респондентів. Отримані заміри продемонстрували статистично значущі кореляції між шкалами опитувальника на етапі тесту та ре-тесту. Так, за шкалою «Рефлексивне сприйняття» показник кореляції склав $r = ,756^{**}$ ($p \leq 0,001$), «Критичне сприйняття» $r = ,690^{**}$ ($p \leq 0,001$), «Автономізація» $r = ,683^{**}$ ($p \leq 0,001$), «Мимовільне сприймання» $r = ,766^{**}$ ($p \leq 0,001$), «Імпульсивність, зараження, наслудування» $r = ,702^{**}$ ($p \leq 0,001$), «Мережева інтеріоризація» $r = ,802^{**}$ ($p \leq 0,001$), «Мережева ідентифікація» $r = ,811^{**}$ ($p \leq 0,001$).

Розробка анкети на визначення типів медіакультури. Як було описано вище в основі дослідження типів медіакультури особистості лежить критерій участі в інтернет-медіапросторі (активна/пасивна), та характер взаємодії з інтернет-середовищем (споживання/творення). Серед існуючих на сьогодні методів діагностики медіаактивності можна виділити опитувальник вимірювання рівня медіаактивності як складової медіаграмотності особистості, розроблений лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. [135]. Розробка опитувальника базувалася на наступних критеріях: місце потреб та інтересів у дозвілльєвій структурі індивіда, різносторонність дозвілльєвих захоплень; ступінь реалізації можливості особистості долучатися до інформаційного середовища, різносторонність інформаційних інтересів та потреб, кількість інформаційних джерел, які використовує особистість; обсяг часу проведеного у взаємодії з медіа; здатність орієнтуватись в інформаційному середовищі (селективний підхід); критичність; рефлексія; здатність стати в опозицію до інформаційних повідомлень певного характеру. Опитувальник включав наступні шкали: медіатворчість (створення власного контенту); розповсюдження власного медіаконтенту; комунікація з приводу медіа; частота спілкування за допомогою медіазасобів; вибірковість сприйняття; пасивність та активність когнітивної діяльності під час сприйняття медіаповідомлень (розслаблене тіло та мозок або критичне сприйняття та аналіз інформації з медіа); мотивація взаємодії з медіа; тривалість взаємодії з медіа. Опитувальник спрямований на визначення

низького (пасивне споживання), середнього (проактивна діяльність) та високого (реактивна діяльність) рівнів активності.

З метою дослідження виділених нами типів медіакультури, а саме: пасивне споживання, активне споживання, пасивне творення (тиражування), активне творення та помірковане споживання/творення в загальний опитувальник було включено низку тверджень. До кожного типу медіакультури було здійснено добір індикаторів на основі яких відбувалося подальше формулювання тверджень., що продемонстровано в таблиці (табл. 2.3.).

Таблиця 2.3

Виявлення індикаторів для розробки шкали на оцінку типів медіакультури

Середовище взаємодії	Індикатори соціально-психологічних механізмів	Тип інтернет-медіакультури
Різноманітні інтернет сервіси	Взаємодіє, створює, якщо виникає обгрунтована необхідність Сприймає критично, споживає за власним вибором, засвою усвідомлено	Помірковане споживання/ творення
Соціальні мережі, YouTube та інші сервіси аналогічного спрямування	взаємодіє, створює, сприймає, засвоює, регулярно розміщують фото, часто пише пости, обновлює статус	Активне творення
Переважно соціальні мережі	Взаємодіє, відтворює, дублює, засвоює поширює інформацію	Пасивне творення
Новинні сайти, соціальні мережі, тематичні відео	Сприймає конкретний вид інформації, цікавиться певними видами активності в інтернеті	Активне споживання
Новинні сайти, соціальні мережі, стрімінгові сервіси, YouTube канали	Сприймає, споживає, засвоює потоково	Пасивне споживання

В результаті ми отримали шість основних тверджень, які покликані відображати типи медіакультури:

- Я просто люблю перебувати в інтернеті без визначеної мети – для мене це можливість просто провести вільний час»
- Я переважно використовую інтернет з певною метою
- В інтернеті я переважно поширюю інформацію чужого авторства

- «В інтернеті я постійно прагну щось створювати (відео, пости, наповнювати сторінки у соціальних мережах)
- Я завжди обдумую для чого я розміщую будь-яку інформацію в інтернеті (пости, фото, відео)
- Я завжди розумію, з якою метою я звертаюсь до інформації в інтернеті (дивлюсь певні відео, читаю інформацію, спілкуюсь)

На етапі апробації методики перелічені твердження були включені в якості доповнення до загальної частини опитувальника на дослідження прояву соціально-психологічних механізмів медіакультури. З метою перевірки відповідності обраних формулювань типам медіакультури було проведено їх кореляційний аналіз із запитаннями опитувальника, в результаті якого було отримано низку кореляційних плеяд, які обґрунтовують здійснений нами вибір тверджень.

Пасивне творення. Кореляційна плеяда із запитанням «Я просто люблю перебувати в інтернеті без визначеної мети – для мене це можливість просто провести вільний час», яке спрямоване на відображення типу медіакультури «Пасивне творення» відображена на рисунку (рис. 2.1).

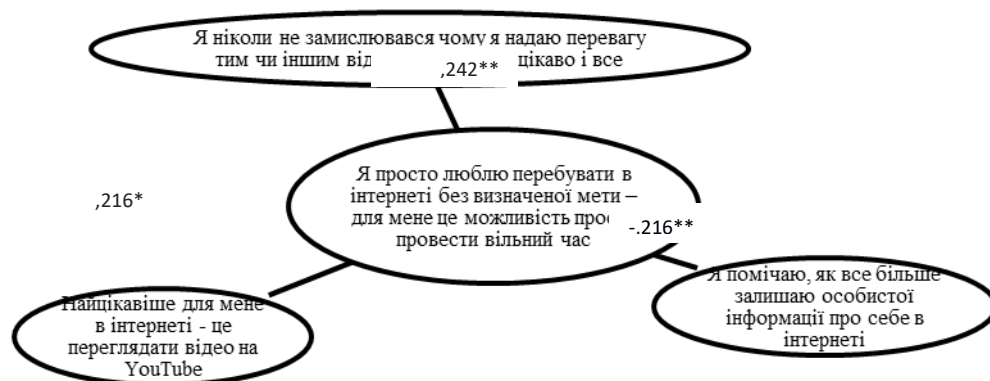


Рис. 2.1 Кореляційна плеяда типу інтернет-медіакультури «Пасивне споживання».

Як бачимо з рисунку вказане запитання утворило позитивні кореляції з такими твердженнями як: «Я ніколи не замислювався чому я надаю перевагу

тим чи іншим відео, мені просто цікаво і все» ($r = ,242^{**}$, $p \leq 0,001$), яке вказує на автоматичність сприйняття інформації та «Найцікавіше для мене в інтернеті - це переглядати відео на YouTube» ($r = ,216^{**}$, $p \leq 0,001$). Такий інтернет-сервіс як YouTube формує відеоряд згідно інтересів користувача і самостійно продовжує перегляд одного відео після закінчення іншого. Р. Пацлаф порівнював перегляд візуалізованої продукції з гіпнотичним актом, який змушує особу на догий час «прикіпати поглядом» до екрану. Утворення від'ємної кореляції із твердженням «Я помічаю, як все більше залишаю особистої інформації про себе в інтернеті» ($r = -,216^{**}$, $p \leq 0,001$) вказує на зниження рівня розвитку рефлексивного сприйняття.

Активне (цілеспрямоване) споживання. Кореляційна плеяда утворена навколо запитання «Я переважно користуюсь інтернетом з певною метою» покликана відображати тип медіакультури «Активне (цілеспрямоване)» зображена на рисунку (рис 2.2).

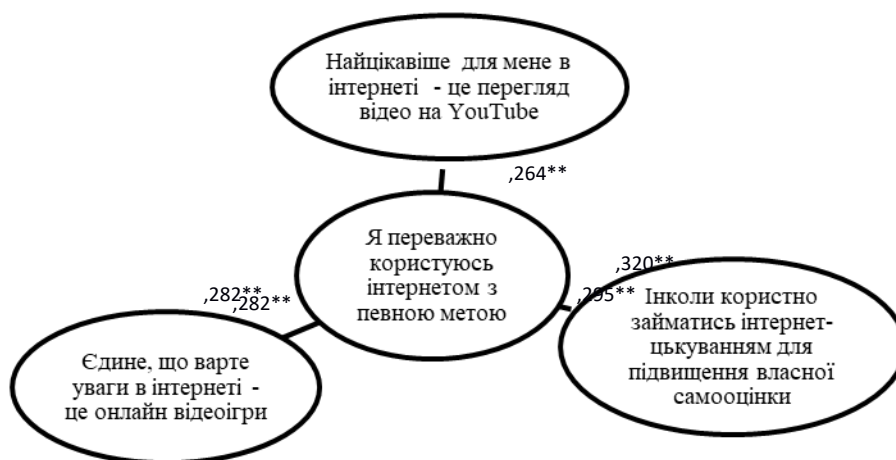


Рис. 2.2 Кореляційна плеяда типу інтернет-медіакультури «Активне (цілеспрямоване) споживання».

Змістовний аналіз тверджень з якими утворилися кореляційні зв'язки («Єдине, що варте уваги в інтернеті – це он-лайн відеоігри» $r = ,282$ ($p \leq 0,001$); із запитанням «Немає нічого поганого в тому, щоб займатись інтернет-цькуванням, це, принаймні, кумедно» $r = ,295$ ($p \leq 0,001$); «Найцікавіше для мене в

інтернеті – це перегляд відео на YouTube» $r=,264$ ($p\leq 0,01$)) свідчить про певну диференціацію інтернет-активностей. Твердження про он-лайн ігри відображає конкретні вподобання користувача, інтернет-цькування також можна розглядати як певний вид деструктивної активності, яка поширена серед підлітків і має конкретну мету звернення в мережу. Перегляд відео на YouTube як і в попередньому типі інтернет-медіакультури відображає акт споживання інформації в мережі, але в даному випадку мова йде про більш вибіркоче ставлення до запропонованих відео.

Пасивне споживання (тиражування). Кореляційні зв'язки із твердженням «В інтернеті я переважно поширюю інформацію чужого авторства», що характеризують тип медіакультури «Пасивне споживання (тиражування)» (рис 2.3).

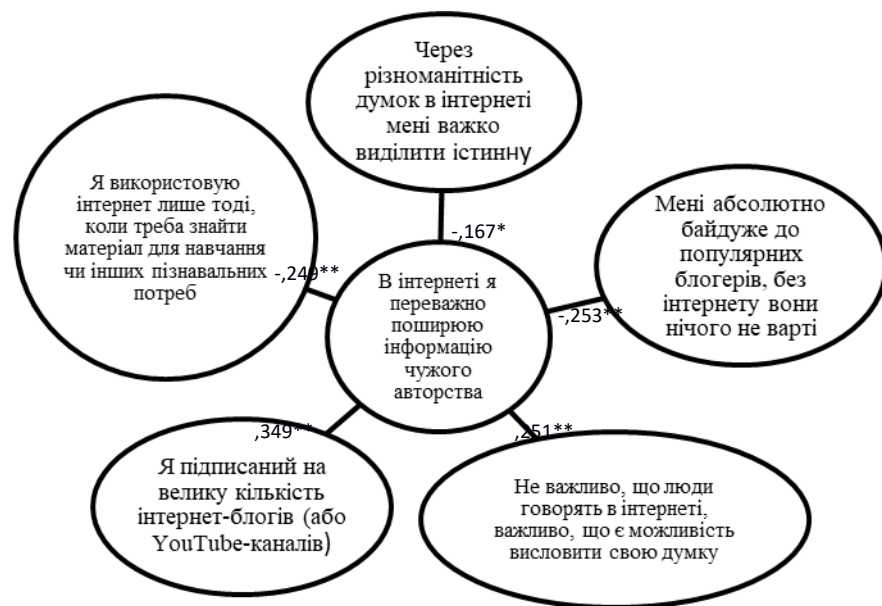


Рис. 2.3 Кореляційна плеяда типу інтернет-медіакультури «Пасивне творення (тиражування)»

Центральне твердження утворило від'ємні кореляції із формулюваннями «Мені абсолютно байдуже до популярних блогерів, без інтернету вони нічого не варті» ($r=-,253$, $p\leq 0,001$); «Через різноманітність думок в інтернеті мені важко виділити істинну» ($r=-,167$, $p\leq 0,013$), та прямі кореляції з формулюваннями «Я підписаний на велику кількість інтернет-блогів (або YouTube-каналів)» ($r=,349$, $p\leq 0,001$); «Не важливо, що саме люди говорять в інтернеті, важливо, що є

можливість висловити свою думку» ($r=,251$, $p\leq,001$); «Я використовую інтернет лише тоді, коли треба знайти матеріал для навчання чи інших пізнавальних потреб» ($r=-,249$, $p\leq,001$). Аналіз утвореної кореляційної плеяди вказує на пасивну позицію користувача з приводу достовірності інформації в інтернеті і розглядає його як можливість ділитися інформацією. Наявність прямої кореляції з твердженням про підписку на велику кількість блогів в інтернеті та зворотної кореляції з твердженням стосовно байдужості до популярних блогерів свідчить про те, що такі респонденти схильні до наслідування в інтернеті.

Активне творення. Твердження «В інтернеті я постійно прагну щось створювати (відео, пости, наповнювати сторінки у соціальних мережах)» відобразе тип медіакультури «Активне творення» та корелює з низкою запинь, які відображені на рисунку 2.4.

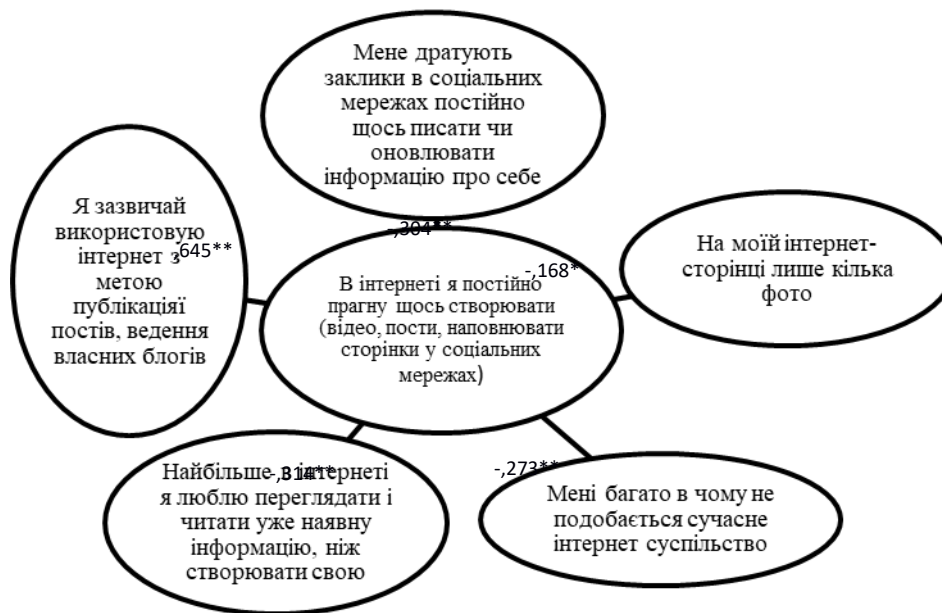


Рис. 2.4 Кореляційна плеяда типу інтернет-медіакультури «Активне творення»

Характер утворених кореляційних зв'язків демонструє, що обране твердження цілком відповідає характеристиці типу активного творення, що проявляється в продукуванні авторського контенту у вигляді розміщення власних дописів та фото. Це відображається в наявності тісної кореляції з формулюванням «Я переважно використовую інтернет з метою публікації

постів, ведення власних блогів, розміщення відео» ($r=,645$, $p\leq 0,001$) та від’ємних кореляцій з твердженнями «На моїй інтернет-сторінці лише кілька фото» ($r=-,273$, $p\leq 0,001$), «Мене дратують заклики в соціальних мережах постійно щось писати чи оновлювати інформацію про себе» ($r=-,304$, $p\leq 0,001$), «Мені багато в чому не подобається сучасне інтернет суспільство» ($r=-,168$, $p\leq 0,013$). Наявність зворотніх кореляційних зв’язків з твердженням «В інтернеті мені більше подобається переглядати і читати наявну інформацію, ніж створювати свою» ($r=-,314$, $p\leq 0,001$) свідчать про знижений інтерес до споживання інформації чужого авторства.

Поміркване творення. Запитання, яке відображає тип медіакультури «Поміркване творення» «Я завжди обдумую для чого я розмішую будь-яку інформацію в інтернеті (пости, фото, відео)» також утворило низку кореляцій із твердженнями опитувальника (рис. 2.5).

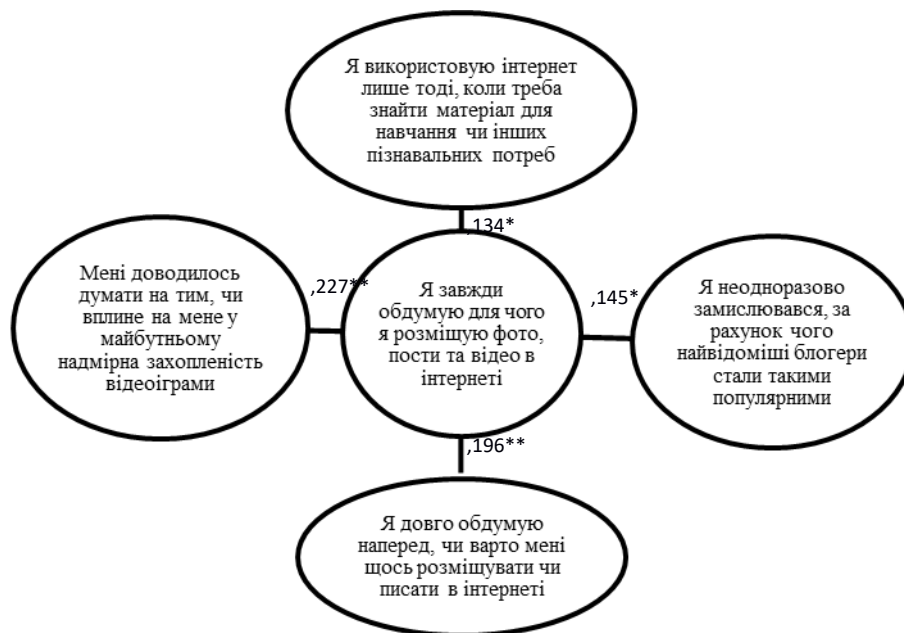


Рис. 2.5 Кореляційна плеяда типу інтернет-медіакультури «Поміркване споживання».

Твердження, які утворили кореляційну плеяду («Мені доводилось думати на тим, чи вплине на мене у майбутньому надмірна захопленість відеоіграми» ($r=,227$, $p\leq 0,001$), «Я неодноразово замислювався, за рахунок чого найвідоміші блогери стали такими популярними» ($r=,145$, $p\leq 0,031$), «Я довго обдумую наперед, чи варто мені щось розмішувати чи писати в інтернеті» ($r\leq 0,196$,

$p \leq 0,003$) відображають рефлексивне сприйняття інформації. Наявність кореляційного зв'язку із формулюванням «Я використовую інтернет лише тоді, коли треба знайти матеріал для навчання чи для власних пізнавальних потреб» ($r = 0,134$, $p \leq 0,46$) може вказувати на те, що такі респонденти схильні розглядати мережу як інструмент.

Помірковане споживання. Кореляційна плеяда утворена навколо твердження «Я завжди розумію, з якою метою я звертаюсь до інформації в інтернеті (дивлюсь певні відео, читаю інформацію, спілкуюсь)» характеризує тип медіакультури «Помірковане споживання» (рис. 2.6).

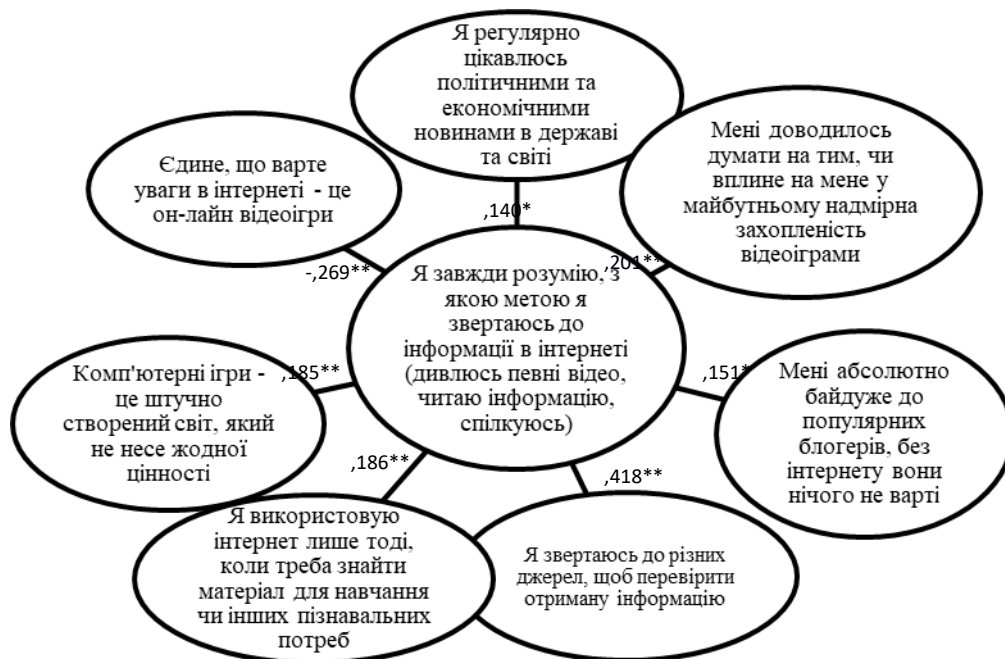


Рис. 2.6 Кореляційна плеяда типу інтернет-медіакультури «Помірковане творення».

Центральне запитання утворило прямі та зворотні кореляції з сімома твердженнями опитувальника на дослідження прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури: «Я регулярно цікавлюсь політичними та економічними новинами в державі та світі» ($r = 0,140$, $p \leq 0,038$); «Мені доводилось думати на тим, чи вплине на мене у майбутньому надмірна захопленість відеоіграми» ($r = 0,201$, $p \leq 0,003$); «Мені абсолютно байдуже до популярних блогерів, без інтернету вони нічого не варті» ($r = 0,151$, $p \leq 0,05$); «Я звертаюсь до різних джерел, щоб перевірити отриману інформацію» ($r = 0,418$, $p \leq 0,001$); «Я

використовую інтернет лише тоді, коли треба знайти матеріал для навчання чи інших пізнавальних потреб» ($r=,186$, $p\leq 0,01$); «Комп'ютерні ігри – це штучно створений світ, який не несе жодної цінності» ($r=,185$, $p\leq 0,01$); «Єдине, що варте уваги в інтернеті – це он-лайн відеоігри» ($r=-,269$, $p\leq 0,001$). Всі перелічені твердження вказують на дію таких механізмів як автономізація, критичне та рефлексивне сприйняття.

Отже, з метою дослідження дії соціально-психологічних механізмів формування медіакультури продуктивного та непродуктивного спрямування в підлітків з інтернет-захопленістю було використано авторський опитувальник та анкету кількісного розподілу типів інтернет-медіакультури за критерієм характеру активності в мережі. Розробка опитувальника включала процедуру емпіричної верифікації теоретичного конструкту, виявлення індикаторів соціально-психологічних механізмів, їх інтерпретацію, теоретико-методологічний аналіз відповідних методик на предмет добору критеріїв дослідження та формулювання структури та тверджень опитувальника. Авторський опитувальник пройшов процедуру апробації та перевірку внутрішньої надійності, конструктивної та ретестової валідності.

2.3. Особливості прояву продуктивних і непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю

Ми проаналізували дані діагностики інтекрнет-залежності із використанням тасту «Шкала інтернет-залежності С. Чена». (в адаптації В. Малигіна, К. Феклісова) [62]. Перевірка вибірки на однорідність дисперсії по Колмагорову-Смірнову показала асемптичне значення, що говорить про ненормальний розподіл даних по кожному питанню, а отже необхідність використання непараметричних критеріїв для аналізу даних. Відповідно до цього на однорідність дисперсії дані перевірялися за критерієм Лівеня. Майже всі шкали показали, що дисперсія однорідна. Отже, аналіз даних проводився за

допомогою однофакторного дисперсійного аналізу.

Відповідно до загального балу опитувальника на вимірювання інтернет-залежності було отримано наступний розподіл груп респондентів: інтернет-залежність – 32,2%, схильність до інтернет-залежності – 47,8%, мінімальна схильність до інтернет-залежності – 20% відсутність інтернет-залежності – 0% (рис. 2.7.):

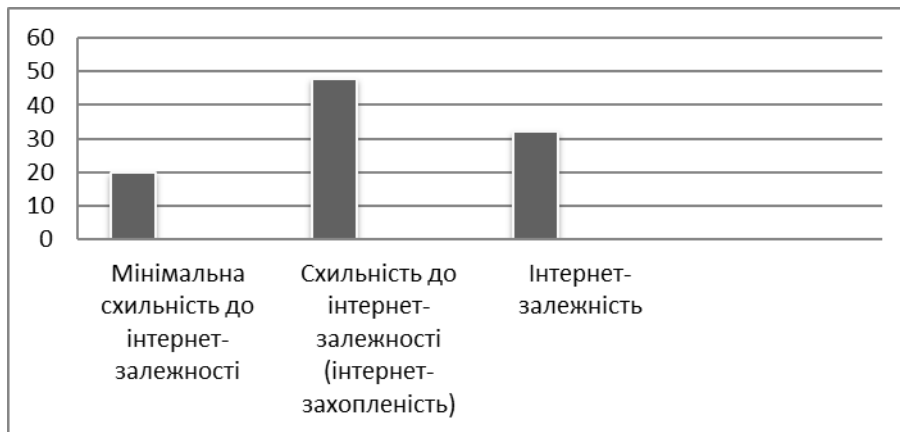


Рис. 2.7. Розподіл респондентів на групи згідно ступеню інтернет-захопленості

Як бачимо, найбільш чисельну групу користувачів (47%) склали такі, які мають схильність до інтернет-залежності та характеризуються нами як інтернет-захоплені користувачі. Але важливо зауважити, що великий відсоток респондентів з інтернет-залежністю (32,2%) в середовищі підлітків може вказувати на його можливу трансформацію в бік інтернет-захопленості. Серед опитаних респондентів було виявлено, що відсоток чоловіків, які відзначаються мінімальною схильністю до формування інтернет-залежності і складає 29,3 % респондентів, а жінок – 34,7%, схильність до формування залежності (інтернет-захопленість) відзначається у 21,1 % опитаних осіб чоловічої статі та 26,7 % осіб жіночої статі при цьому інтернет-залежність характерна для 24,4 % осіб чоловічої статі та 16,3 % осіб жіночої статі. Отримані дані демонструють нам, що рівень схильності до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленості) є приблизно однаковим у представників обох статей, хоча рівень інтернет-залежності серед чоловіків є суттєво вищим, що також підтверджується низкою аналогічних досліджень, де показник надмірного

користування інтернетом серед чоловіків є вищим ніж у жінок на статистично значущому рівні [240].

Однофакторний дисперсійний аналіз не виявив статистично значущих відмінностей між групою хлопчиків і дівчат за шкалами компульсивності і симптому відміни, але спостерігалися статистично значущі відмінності між дівчатами та хлопцями за шкалою «внутрішньо особистісні проблеми та проблеми зі здоров'ям» ($M=2,1$ та $M= 2,5$ відповідно, $p \leq ,001$) (рис. 2.8).

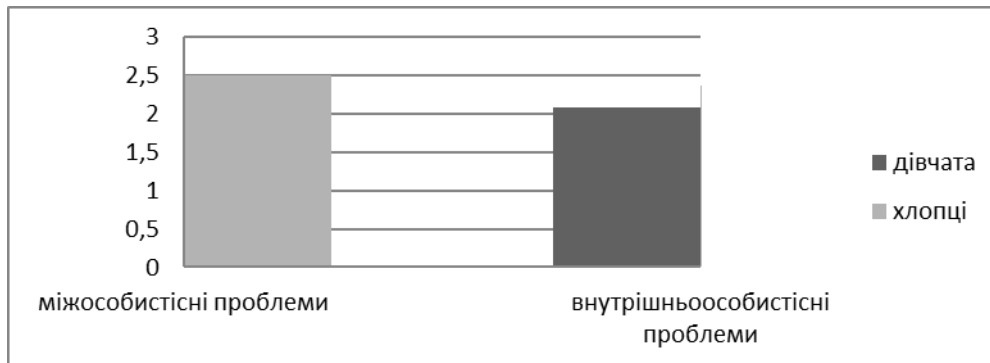


Рис. 2.8. Відмінності між дівчатами та хлопцями за шкалами «внутрішньо особистісні проблеми та проблеми зі здоров'ям»

Шкала внутрішньособистісних проблем тесту інтернет-залежності Чена С. переважно спрямована на дослідження впливу інтернету на відносини з оточуючими, зокрема сім'єю, друзями, шкільним середовищем. Отримані дані, які вказують на менший рівень внутрішньособистісних проблем серед дівчат можна пояснити вищим ступенем розвитку соціального інтелекту, який на думку науковців, в підлітковому віці більше притаманний дівчатам, порівняно з хлопцями. Соціальний інтелект дає змогу особі адекватно розуміти емоційні стани, встановлювати дружні відносини з однокласниками, раціонально вирішувати конфлікти, що виникають, ефективно взаємодіяти з оточенням [225, с.44].

Описуючи явище інтернет-захопленості одним із наслідків формування даного феномену вказувалось виникнення переваги віртуальної реалізації над об'єктивною. З метою доведення даного припущення було проведено кореляційний аналіз результатів групи респондентів схильних до інтернет-залежності (інтернет-захоплених) за шкалами тесту «Шкала інтернет-

залежності С. Чена» та шкалою «Перевага інтернету перед реальним життям» опитувальника «Сприйняття інтернету» Є. Щипіліної, який виявив низку значущих кореляцій. Так, вказана шкала корелює зі шкалою «Компульсивність» на рівні $r=,591^{**}(p\leq 0,001)$, шкалою «Симптоми відміни» на рівні $r=,482^{**}(p\leq 0,001)$, шкалою «Симптоми толерантності» $r=,541^{**}(p\leq 0,001)$, «Управління часом» $r=,133^{**}(p\leq 0,05)$, «Внутрішньоособистісні проблеми та проблеми зі здоров'ям» $r=,566^{**}(p\leq 0,001)$. Отримані дані свідчать про те, що інтернет-захопленість дійсно супроводжується зростанням ролі віртуальної активності над реальною.

На основі здійсненого нами теоретико-методологічного аналізу в параграфі 1.3 було висунуто припущення, що формування стихійної медіакультури інтернет-захоплених підлітків у порівнянні з тими, кому характерний менший рівень такої захопленості в більшій мірі характеризується певними особливостями, які супроводжуються проявом непродуктивних соціально-психологічних механізмів. Наявність інтернет-захопленості поглиблює автоматичність сприйняття медіа контенту такими підлітками, що відображено в концептуальній моделі стихійного формування медіакультури (рис 1.1.). Результати емпіричного дослідження прояву мимовільного сприймання виявили наявність статистично значущих кореляцій між даними за шкалою «Мимовільне сприймання» та показниками загального балу суми всіх шкали опитувальника на дослідження інтернет-захопленості на рівні $r=,299(p\leq 0,001)$. Подальше дослідження рівня прояву низки таких непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури як наслідування, зараження, імпульсивність, мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація також емпірично підтвердило висунуті нами теоретичні припущення, що медіакультура інтернет-залежного та інтернет-захопленого підлітка супроводжується не усвідомленим індивідуалізованим вибором, а стихійним підхопленням тенденцій запропонованих інтернет-середовищем. Таку модель стихійного формування медіакультури може пояснювати наявність симптомів інтернет-захопленості та порушенням балансу віртуальної реалізації

перед об'єктивною, що було доведено відповідними даними отриманими нами в ході емпіричного дослідження за допомогою кореляційного аналізу χ^2 Пірсона. Зокрема було зафіксовано наявність статистично значущих кореляційних зв'язків між проявом непродуктивних соціально-психологічних механізмів стихійного формування медіакультури, окремими симптомами інтернет-залежності. Домунуванню віртуальної реалізації над об'єктивною, що відображена шкалою «Надання переваги інтернету перед реальним життям» також характерна дія непродуктивних соціально-психологічних механізмів.

Модель стихійного формування медіакультури демонструє, що медіасоціалізація підлітка залежного та захопленого інтернетом супроводжується дією непродуктивних соціально-психологічних механізмів. Дослідження механізмів таких інтернет-соціалізації як мережева ідентифікація та мережева інтеріоризація продемонструвало тісні кореляційні зв'язки з симптомами інтернет-залежності та інтернет-захопленості. Так, аналіз прояву соціально-психологічного механізму «Мережевої ідентифікації» виявив значущі кореляційні зв'язки з даними шкали «Компульсивність» на рівні $r=,294$ ($p \leq 0,001$), шкали «Симптоми відміни» $r=,177$ ($p \leq 0,015$), шкали «Симптоми толерантності» $r=,206$ ($p \leq 0,003$), шкали «Управління часом» $r=,270$ ($p \leq 0,001$) та шкалою опитувальника Є.Щепіліної «Надання переваги інтернету перед реальним життям» $r=,449$ ($p \leq 0,001$). Кореляційний аналіз даних за шкалою авторського опитувальника «Мережева інтеріоризація» виявив статистично значущі кореляції зі шкалами тесту Чена С. «Симптоми відміни» на рівні $r=,517$ ($p \leq 0,000$), «Симптоми толерантності» $r=,440$ ($p \leq 0,000$), «Компульсивності» $r=,458$ ($p \leq 0,000$), «Управління часом» $r=,485$ ($p \leq 0,000$). Крім цього було відзначено наявність кореляційного зв'язку зі шкалою «Внутрішньособистісні проблеми та проблеми зі здоров'ям» на рівні $r=,517$ ($p \leq 0,000$), що може свідчити про труднощі налагодження соціальних взаємозв'язків з оточенням альтернативною до яких виступає мережевий простір та його цінності. Те, що засвоєння медіа цінностей супроводжується перевагою віртуальної самореалізації підлітка підтверджується наявністю позитивних кореляцій між

даними за шкалою «Мережева інтеріоризація» та шкалою опитувальника Є. Щипіліної «Надіння переваги інтернету перед реальним життям» на рівні $r=,379$ ($p\leq 0,000$). Виявлення статистично значущого зв'язку між проявом механізмів мережевої ідентифікації та мережевої інтеріоризації з такими симптоми інтернет-залежності як компульсивність, симптоми відміни, знижений рівень саморегуляції в мережі, який відображений шкалою «Управління часом» вказує на їх непродуктивне спрямування. Те, що ідентифікація підлітка в мережі носить непродуктивний характер також доводить наявність статистично значущих кореляцій між проявом цього механізму та механізму імпульсивності та зараження на рівні $r=,207$ ($p\leq 0,003$) та » $r=,315$ ($p\leq 0,001$) відповідно. Якщо трактувати зараження як «неусвідомлене сприйняття зовнішньо очевидних зразків поведінки» то ідентифікація в мережі відбувається через підхоплення пропагованих та тиражованих в інтернет-середовищі мережевих образів. Аналогічну роль у формуванні медіакультури підлітка відіграє прояв механізму імпульсивності як індикатора хаотичної взаємодії з інтернет-простором. Непродуктивність прояву механізму інтеріоризації доводить наявність статистично значущих зв'язків між інтеріоризацією та мимовільним сприйманням на рівні на рівні $r=,283$ ($p\leq 0,000$) та зворотною кореляцією з критичним сприйняттям на рівні на рівні $r=-,184$ ($p\leq 0,001$). Тобто, аналіз отриманих даних доводить, що мережеві цінності формуються шляхом мимовільного сприймання наявної в інтернет-просторі інформації без попереднього її осмислення.

Наступним кроком з аналізу даних було вивчення наявності статистично значимих зв'язків між проявом таких непродуктивних механізмів як імпульсивність, зараження та наслідування, які згідно нашої концептуальної моделі активізуються внаслідок мимовільного сприймання медіа контенту та симптомами інтернет-залежності та інтернет-захопленості. Одним із ключових механізмів, які супроводжують стихійне формування медіакультури інтернет-захоплених підлітків було визначено імпульсивність. Аналіз результатів дослідження прояву соціально-психологічного механізму імпульсивності

продемонстрував наявність статистично значимих зв'язків із симптомами інтернет-залежності та інтернет-захопленості. Зокрема імпульсивність позитивно корелює зі шкалою «Компульсивність» на рівні $r=,365$ ($p\leq 0,001$), зі шкалою «Симптоми відміни» $r=,427$ ($p\leq 0,001$), зі шкалою «Симптоми толерантності» $r=,444$ ($p\leq 0,001$), «Управління часом» $r=,216$ ($p\leq 0,002$). Імпульсивністю також супроводжує дисбаланс віртуального та реального просторів, що підтверджено наявністю відповідних кореляцій між імпульсивністю та шкалою «Надання переваги інтернету перед реальним життям» опитувальника Є. Щипіліної $r=,401$ ($p\leq 0,001$). Тобто для підлітків, в яких відзначаються перелічені симптоми інтернет-захопленості характерний імпульсивний рівень взаємодії з інтернет-простором. Дослідження прояву соціально-психологічних механізмів наслідування та зараження продемонструвало, що в процесі формування медіакультури вони притаманні підліткам з інтернет-захопленістю та інтернет-залежністю. Це підтверджується наявністю відповідних статистично значущих кореляцій зі шкалами опитувальника тесту Чена С. В респондентів з симптомами відміни відзначається позитивний кореляційний зв'язок із механізмом наслідування на рівні $r=,495$ ($p\leq 0,001$). Також підліткам в яких відзначається наявність симптому толерантності виявлено статистично значущий зв'язок із наслідуванням на рівні $r=,516$ ($p\leq 0,001$). Дані за шкалою «Компульсивність» продемонстрували наявність кореляцій з механізмом наслідування на рівні $r=,458$ ($p\leq 0,001$). Підліткам, які мають внутрішньоособистісні проблеми (зокрема налагодження соціальних зв'язків) характерно наслідувати когось в мережі, що підтверджується відповідними кореляціями на рівні $r=,270$ ($p\leq 0,001$). Виявлення кореляційного зв'язку зі шкалою «Управління часом» на рівні $r=,560$ ($p\leq 0,001$) свідчить про те, що респонденти, яким не вдається контролювати свій час в мережі також схильні до прояву механізму наслідування. Активна віртуальна самопрезентація, яка характеризується ціннісним ставленням до мережі також передбачає схильність до наслідування та підхоплення тенденцій в інтернеті, які в подальшому визначають характер

його медіакультури. Як показали результати дослідження, медіакультура підлітків, які відзначаються перевагою віртуального простору над реальним життям, супроводжується проявом механізму наслідування, що підтверджено наявністю відповідних кореляцій на рівні $r=,600$ ($p\leq 0,001$). Той факт, що наявність інтернет-захопленості та інтернети-залежності сприяє прояву механізму психічного зараження доводять отримані в результаті кореляційного аналізу дані. Було виявлено статистично значущі позитивні кореляції прояву механізму зараження та показниками опитувальника на вимірювання інтернет-залежності за шкалами: «Компульсивність» на рівні $r=,282$ ($p\leq 0,001$), «Симптоми відміни» $r=,596$ ($p\leq 0,001$), «Симптоми толерантності» $r=,295$ ($p\leq 0,001$), «Управління часом» $r=,178$ ($p\leq 0,001$) ($p\leq 0,009$), «Надання переваги інтернету перед реальним життям» $r=,274$ ($p\leq 0,001$). Ще одним емпіричним доказом того, що підліткам характерно не обдумуючи наслідувати мережеві тенденції є наявність позитивної кореляції між наслідуванням та мимовільним сприйманням на рівні $r=,374$ ($p\leq 0,001$).

Аналіз запитання авторського опитувальника, що відображає неспроможність регулювати час, який підліток проводить в інтернеті («Я не помічаю як спливає час, перебуваючи в інтернеті») показав позитивну кореляцію зі всіма шкалами опитувальника на визначення інтернет-захопленості. Перш за все значущі кореляції було зафіксовано в дослідженні шкали «Управління часом», що відображає нездатність індивіда контролювати своє перебування в інтернеті та вищезазначеним питанням методики на рівні $r=,421$ ($p\leq 0,001$) Порівняння зі шкалою «Компульсивність» продемонструвало значення $r=,396$ ($p\leq 0,001$), зі шкалою «Симптоми відміни» $r=, 283$ ($p\leq 0,001$), «Симптоми толерантності» $r =, 428$ ($p\leq 0,001$). Показник кореляції між шкалою «Перевага інтернету перед реальним життям» із запитанням авторського опитувальника «Я не помічаю як спливає час в інтернеті» склав $r= ,617$ ($p\leq 0,001$). Отже, відповідаючи на запитання авторського опитувальника респонденти продемонстрували результати, які вказують на розуміння власних труднощів пов'язаних із умінням контролювати час в мережі, що відображено

позитивними статистично значущими кореляційними зв'язками із симптомами інтернет-захопленості. Нездатність контролювати час в інтернеті позитивно корелює з імпульсивністю $r=,527$ ($p\leq 0,001$) та проявом соціально-психологічного механізму зараження на рівні $r=,500$ ($p\leq 0,001$). Також відзначається наявність позитивного кореляційного зв'язку між нездатністю контролювати час в інтернеті та проявом механізму мережевої ідентифікації на рівні $r=,414$ ($p\leq 0,001$). Такий зв'язок можна пояснити тим, що переважання віртуальної реалізації на об'єктивною свідчить про зростаючу тривалість часу, який підліток витрачає на мережеву активність.

Те, що інтернет-захопленням та інтернет-залежним підліткам характерна саме стихійна модель формування медіакультури в інтернеті доводить проведений кореляційний аналіз між проявом продуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури, та наявністю симптомів інтернет-захопленості та інтернет-залежності. Емпіричне дослідження соціально-психологічних механізмів продуктивного спрямування зафіксував наявність зворотних кореляційних зв'язків між проявом механізму автономізації та наступними шкалами опитувальника на визначення інтернет-залежності: зі шкалою «Компульсивність» $r=-,174$ ($p\leq 0,05$), Симптоми толерантності» $r=-,216$ ($p\leq 0,002$), «Управління часом» $r=-,151$ ($p\leq 0,031$). Отже, ми можемо стверджувати, що підлітки, яким притаманне автономізоване ставлення до інтернет медіа не відзначаються компульсивним прагненням постійно зайти в мережу та можуть контролювати час свого перебування в інтернеті. Зворотній кореляційний зв'язок автономізації зі шкалою «Симптоми толерантності» вказує на те, що таким підліткам притаманний фіксований часовий проміжок взаємодії з мережею, який є достатнім для задоволення їхніх комунікативних, пізнавальних, розважальних та інших потреб.

Наступним етапом верифікації моделі стихійного формування медіакультури було дослідження прояву продуктивних та непродуктивних механізмів залежно від зростання рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності. Із застосуванням однофакторного дисперсійного аналізу ANOVA

були отримані дані, які також підтверджують наше припущення, що формування медіакультури інтернет-захопленого підлітка супроводжується активацією непродуктивних соціально-психологічних механізмів. Аналіз даних продемонстрував, що спостерігається статистично значуще зростання прояву мимовільного сприймання, як механізму, що визначає подальший напрямок стихійного формування медіакультури разом зі зростанням рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності. Зростання прояву механізму мимовільного сприймання зображено в таблиці (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Прояв мимовільного сприймання залежно від рівня інтернет-захопленості

Назва шкали	Кількість респондентів (N)		Мінімальна схильність до формування інтернет-залежності (Mean Rank)	σ	Схильність до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленість) (Mean Rank)	σ	Інтернет-залежність (Mean Rank)	σ	Sig
	заг								
Мимовільне сприймання	заг	166	2,5 (N 56)	,546	2,71 (N 76)	,453	3,04 (N34)	,521	p<,020(між 1 і 2), p<,001 (між 2 і 3) (p<,002)
	Чол.	74	2,25 (N 22)	,567	2,82 (N 34)	,402	2,93 (N 18)	,316	
	Жін.	96	2,7 (N 32) (p ,002)	,468	2,63 (N 42) (,076)	,478	3,16 (N 16)	,676	

Де Mean Rank – середній ранг; значення; σ – стандартне відхилення; Sig – показник статистичної значимості

Як бачимо з таблиці спостерігається статистично значуще зростання прояву механізму мимовільного сприймання ($p \leq 0,001$) як загалом в усієї вибірки респондентів так і окремо в осіб чоловічої та жіночої статі. Відзначається статистично значуща різниця у прояві механізму між групами респондентів з усіма рівнями інтернет-залежності, де він отримує найвищий ступінь свого прояву (MR=3,04 ($p \leq 0,001$)). Крім цього варто зауважити, що прояв мимовільного сприймання розглядався нами як критерій визначення дії механізму навіювання – якщо користувач схильний сприймати інформацію з мережі без попереднього осмислення відбувається мимовільне засвоєння моделей поведінки, переконань та цінностей, які пропагуються мережею, як середовищем стихійного формування медіакультури. При цьому

спостерігається статистично значуща відмінність у прояві механізму ($p \leq 0,002$) між чоловіками та жінками у групі опитаних з мінімальною схильністю до інтернет-залежності. Тобто як видно із даних опитування, жінки схильні більш неусвідомлено сприймати інформацію з мережі. Отримані результати можна пояснити більшою активністю жінок в інтернет-просторі, яке пов'язана із поширенням та творенням медіа контенту, що продемонстроване дослідженням типів медіакультури, де спостерігається статистично значуща відмінність між жінками та хлопцями в типі медіакультури «Пасивне творення» ($p \leq 0,049$) та в типі медіакультури «Активне творення» ($p \leq 0,006$) (див. дані в табл. 2.12). Основною сферою реалізації для творення та поширення інформації виступають соціальні мережі, які крім середовища комунікації перетворилися на інформаційний ресурс [158]. Вищий рівень прояву механізму мимовільного сприймання зумовлюється тим, що перебуваючи у соціальних мережах жінки у більшій мірі контактують з інформаційними та новинними потоками, які сприймаються ними без належного усвідомлення.

Емпіричним підтвердженням виказаного припущення є дослідження рівня прояву критичного сприйняття, яке подано в таблиці (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Прояв критичного сприйняття залежно від рівня інтернет-захопленості

Назва шкали	Кількість респондентів (N)		Мінімальна схильність до формування інтернет-залежності (Mean Rank)	σ	Схильність до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленість) (Mean Rank)	σ	Інтернет-залежність (Mean Rank)	σ	Sig
	заг								
Критичне сприйняття	заг	178	3,1 (N 52)	,617	2,98 (N 78)	78	3,11 (N36)	,685	$p \leq 0,077$
	Чол.	74	3,25 (N 24)	,399	2,40 (N 30)	,582	2,74 (N 20)	,666	
	Жін.	86	2,94 (N 28)	,645	2,88 (N 42)	,500	2,78 (N 16)	,676	

Де Mean Rank – середній ранг; σ – стандартне відхилення; Sig – показник статистичної значимості

Як бачимо із наведених даних спостерігається відмінність на рівні тенденції ($p \leq 0,077$) у прояві критичного сприйняття між чоловіками та жінками,

які мають мінімальну схильність до формування інтернет-залежності, де чоловіки, більш схильні сприймати інформацію критично порівняно із респондентами жіночої статі. Анілізуючи дані, які фіксують прояв механізму критичного сприйняття важливо відзначити відсутність статистично значущих відмінностей між групами опитаних різного рівня інтернет-залежності. Такі результати можна пояснити обізнаністю підлітків з критеріями ефективної взаємодії з інтернет-простором, які відображаються у соціально-бажаних відповідях, якими респонденти схильні оцінювати рівень прояву продуктивних механізмів формування медіакультури. Аналогічні результати самооцінки власних здібностей сприймати контент демонструє прояв механізму рефлексивного сприйняття поданого у таблиці (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Прояв рефлексивного сприйняття залежно від рівня інтернет-захопленості

Назва шкали	Кількість респондентів (N)		Мінімальна схильність до формування інтернет-залежності (Mean Rank)	σ	Схильність до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленість) (Mean Rank)	σ	Інтернет-залежність (Mean Rank)	σ	Sig
	заг								
Рефлексивне сприйняття	заг	152	3,34 (N 46)	,598	3,29 (N74)	,362	3,39 (N 32)	,493	
	Чол.	72	3,06 (N 20)	,543	3,23 (N 28)	,321	3,47 (20)	,397	
	Жін.	80	3,02 (N 24)	,484	3,35 (N 44)	,376	3,26 (N 12)	,620	

Де Mean Rank – середній ранг; σ – стандартне відхилення; Sig – показник статистичної значимості

Як видно із таблиці рівень прояву рефлексивного сприйняття не визначається наявністю статистично значущих відмінностей як у загальній вибірці респондентів так і окремо у чоловіків та жінок, які мають різні рівні інтернет-залежності. Можливість оцінити прояв продуктивних механізмів формування медіакультури надає аналіз даних за шкалою «Автономізація». Як було зазначено вище, дослідження механізму автономізації було спрямоване на вивчення здатності підлітка зайняти альтернативну позицію до запропонованого інтернет-середовищем медіаконтенту, яке відображається

оцінкою ставлення до найпопулярніших в підліткому середовищі мережових тенденцій. Дані прояву механізму автономізації продемонстровані в таблиці (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Прояв автономізації залежно від рівня інтернет-захопленості

Назва шкали	Кількість респондентів (N)		Мінімальна схильність до формування інтернет-залежності (Mean Rank)	σ	Схильність до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленість) (Mean Rank)	σ	Інтернет-залежність (Mean Rank)	σ	Sig
	заг								
Автономізація	заг	178	3,11 (N 60)	,638	2,82 (N 86)	,638	2,84 (N 32)	,603	$p \leq ,001$
	Чол.	74	3,38 (N 24)	,526	3,01 (N 38)	,533	2,77(N 18)	,652	$p \leq ,001$
	Жін.	94	2,9 (N 28) ($p \leq 005$)	,659	2,66(N 46) ($p \leq ,012$)	,683	2,9 (N 14)	,535	$p \leq ,170$

Де Mean Rank – середній ранг; σ – стандартне відхилення; Sig – показник статистичної значимості

Як бачимо з таблиці відзначається статистично значуще ($p \leq ,001$) зниження прояву автономізації в загальній вибірці респондентів між групою «Мінімальна схильність до інтернет-інтернет-залежності» та «Схильність до інтернет-залежності», яка характеризується нами як захопленість. Також спостерігається статистично значуще ($p \leq ,001$) зниження дії вказаного механізму у вибірці чоловіків разом із зростанням рівня інтернет-залежності – респондентам із інтернет-захопленістю та інтернет-залежністю властивий нижчий його прояв, ніж респондентім з мінімальною схильністю до інтернет-залежності. У вибірці жінок не відзначається статистично значущих змін у прояві автономізації, але фіксується статистично значуща різниця в дії вказаного механізму ($p \leq 005$) між чоловіками і жінками у групі опитаних з мінімальною схильністю до інтернет-залежності та у групі зі схильністю до інтернет-залежності (інтернет-захоплених) ($p \leq ,012$). В обох групах фіксується вища здатність чоловіків до прояву автономізації. Опираючись на отримані дані можна зробити висновок, що особи чоловічої статі, які мають мінімальну

схильність до інтернет-залежності найбільш здатні виказувати автономну позицію з приводу тенденцій, які домінують в інтернет-просторі, що може бути зумовлене їх меншою схильністю перебувати у соціальних мережах, які є основним засобом розповсюдження вказаних тенденцій. Результати опитування продемонстрували, що рівень користування соціальними мережами серед чоловіків та жінок приблизно однаковий, але кількість чоловіків, які взагалі не користуються соціальними мережами становить 66 % порівняно із 33 % серед жінок.

Подальший аналіз прояву непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підтверджує зроблене нами припущення про функціонування моделі стихійного формування медіакультури інтернет-захоплених підлітків, яка супроводжується дією вказаних механізмів. Зокрема це підтверджується проявом таких механізмів як імпульсивність, зараження, наслідування, що відображено в таблиці (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Прояв імпульсивності, зараження, наслідування залежно від рівня інтернет-захопленості

Назва шкали	Кількість респондентів (N)		Мінімальна схильність до формування інтернет-залежності (Mean Rank)	σ	Схильність до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленість) (Mean Rank)	σ	Інтернет-залежність (Mean Rank)	σ	Sig
	заг								
Імпульсивність, зараження, наслідування	заг	174	1,85 (N 58)	,470	2,35 (N 80)	,582	2,84 (N 36)	,715	p ≤ ,001
	Чол.	74	1,75 (N 24)	,399	2,40 (N 30)	,582	2,74 (N 20)	,666	
	Жін.	96	1,9 (N 32)	,506	2,3 (N 48)	,563	2,9 (N 16)	,773	

Де Mean Rank – середній ранг; σ – стандартне відхилення; Sig – показник статистичної значимості

Перелічені механізми вказують на те, яким способом відбувається формування стихійної медіакультури підлітків з інтернет-залежністю та інтернет-захопленістю в процесі взаємодії з мережею, а зараження та наслідування інтерпретуються як механізми соціально-психологічного впливу. Отримані нами дані демонструють статистично значуще зростання ($p \leq ,001$)

рівня прояву непродуктивних механізмів зараження, наслідування та імпульсивності як в загальній вибірці респондентів так і в групі чоловіків та жінок разом із зростанням рівня інтернет-залежності. Зростання прояву таких механізмів характерне як для підлітків з інтернет-захопленістю так із інтернет-залежністю, при цьому в останніх він набуває найбільшого значення ($MR=2,84$ ($p \leq ,001$)). Дослідження дії вказаних механізмів емпірично підтверджує роль соціально-психологічного впливу в процесі формування стихійної медіакультури.

Емпіричним підтвердженням несвідомого засвоєння цінностей та норм мережі демонструє дослідження прояву дії механізмів мережевої інтеріоризації та мережевої ідентифікації, що показано в таблиці (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Прояв мережевої інтеріоризації та мережевої ідентифікації залежно від рівня інтернет-захопленості

Назва шкали	Кількість респондентів (N)		Мінімальна схильність до формування інтернет-залежності (Mean Rank)	σ	Схильність до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленість) (Mean Rank)	σ	Інтернет-залежність (Mean Rank)	σ	Sig
	заг								
Мережева інтеріоризація	заг	176	2,07 (N 58)	,531	2,42 (84)	,527	3,14 (N 34)	,811	p≤,001
	Чол.	74	1,75 (N 24)	,399	2,40 (N 30)	,582	2,74 (20)	,666	
	Жін.	94	2,02 (N 32)	,417	2,40 (46)	,535	2,96 (16)	1,010	
Мережева ідентифікація	заг	174	2,07 (N 56)	,750	2,54 (N 82)	,806	2,99 (N 36)	,811	Між 1 і 2 p≤,001, між 2 і 3 p≤,010
	Чол.	78	2,02 (N 24)	,733	2,54 (N 34)	,779	3,4 (N 20)	,776	p≤,001
	Жін.	96	2,05 (N 30)	,761	2,55 (N 46)	,849	2,40 (N 16) (p≤,001)	,826	p≤,001 між 1 і 2

Де Mean Rank – середній ранг; σ – стандартне відхилення; Sig – показник статистичної значимості

Кореляційний аналіз механізмів ідентифікації та інтеріоризації в інтернет-просторі виявив статистично значущі зв'язки між вказаними механізмами та симптомами інтернет-залежності та шкалою «Перевага інтернету над реальним життям», яка визначає домінування віртуальної

реалізації над реальною, що дозволило зробити висновок про їх непродуктивне спрямування (результати кореляційного аналізу містяться на ст. 93). Опираючись на подані в таблиці дані ми бачимо статистично значуще ($p \leq 0,001$) зростання показників за шкалою мережева інтеріоризація разом зі зростанням схильності до інтернет-залежності. Зростання прояву цього механізму у інтернет-захоплених на статистично значущому рівні вище ($p \leq 0,001$), ніж у тих хто має мінімальну схильність до інтернет-залежності. Найвищого рівня прояву механізм досягає в групі залежних ($MR=3,14$ ($p \leq 0,001$)). При цьому зростання фіксується як в загальній групі респондентів так і серед опитаних чоловіків та жінок. Зростання дії вказаного механізму, який має непродуктивне спрямування вказує на те, що медіакультура підлітків захоплених та залежних від інтернету без відносно до статі формується на базі засвоєних з мережі цінностей. Аналізуючи прояв механізму мережевої ідентифікації ми також бачимо статистично значуще зростання ($p \leq 0,001$) між групою з мінімальною схильністю до інтернет-залежності та схильністю до інтернет-залежності (інтернет-захоплених). Між групою захоплених інтернетом та інтернет-залежними спостерігається нижчий рівень статистично значущого зростання ($p \leq 0,010$), що вказує на те, що захопленим і залежним респондентам у більшій мірі характерна дія мережевої інтеріоризації. Фіксується статистично значуще зростання ($p \leq 0,010$) прояву механізму разом зі зростанням схильності до інтернет-залежності серед чоловіків та статистично значуще зростання ($p \leq 0,001$) в групі опитаних з мінімальною схильністю та схильністю до інтернет-залежності (інтернет-захоплених) жінок. Зростання дії механізму ідентифікації разом з інтернет-залежності може вказувати роль «віртуального Я», яке слугує відправною точкою у формуванні медіакультури захоплених інтернетом підлітків. Важливо також зауважити про статистично значущу відмінність ($p \leq 0,001$) в показниках прояву мережевої ідентифікації між чоловіками та жінками в групі інтернет-залежних. З огляду на психофізіологічні відмінності в підлітковому розвитку (схильність до точних наук характерна для хлопців, та вищий розвиток комунікативних здібностей у дівчат) визначають переваги в

інтернет-активностях респондентів, де серед хлопців домінує надання переваги грі в он-лайн ігри, що також було доведено аналізом результатів опитування респондентів, які продемонстрували, що 18% респондентів чоловічої статі порівняно з 7,2% респондентів жіночої статі надають перевагу гри в мережеві відеоігри. Он-лайн відеоігри, на відміну від соціальних мереж характеризуються наявністю повністю вигаданих персонажів і вищий прояв мережевої ідентифікації серед хлопців може вказувати на тісніші взаємозв'язки між ними та абстрактними героями відеоігри. Даний факт додатково підтверджує виключно мережевий характер такої ідентифікації.

Аналіз даних продемонстрував, що прояв усієї сукупності непродуктивних механізмів формування медіакультури інтернет-захоплених підлітків зростає разом зі зростанням рівня інтернет-захопленості, що зображено в таблиці (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Загальний прояв непродуктивних механізмів залежно від рівня інтернет-захопленості

Назва шкали	Кількість респондентів (N)		Мінімальна схильність до формування інтернет-залежності (Mean Rank)	σ	Схильність до формування інтернет-залежності (інтернет-захопленість) (Mean Rank)	σ	Інтернет-залежність (Mean Rank)	σ	Sig
	заг								
Непродуктивні механізми	заг	174	2,1 (N 50)	,470	2,51(N 64)	,582	2,93 (N 32)	,715	p ≤ ,001
	Чол.	60	2,01 (N 22)	,382	2,53 (N 22)	,307	2,89(N 16)	,282	
	Жін.	84	2,17 (N 26)	,285	2,49 (N 42)	,399	2,95 (N 16)	,629	

Де Mean Rank – середній ранг; σ – стандартне відхилення; Sig – показник статистичної значимості

Як бачимо з таблиці відзначається статистичне зростання ($p \leq ,001$) прояву непродуктивних механізмів разом зі зростанням рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності в усій вибірці респондентів.

Дослідження непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури дозволило емпірично перевірити їх вплив на

формування стихійної медіакультури інтернет-захоплених та інтернет-залежних підлітків згідно запропонованої нами теоретичної концепції. Наступний етап верифікації моделі полягав в доведенні непродуктивного характеру виокремлених нами типів медіакультури пасивне споживання, активне (цілеспрямоване) споживання, пасивне творення (тиражування), активне творення: разом зі зростанням схильності до виділених типів медіакультури передбачається зростання дії непродуктивних механізмів. Натомість зі збільшенням схильності до поміркованого творення та споживання має фіксуватися прояв продуктивних соціально-психологічних механізмів. Кількісний аналіз схильності респондентів до певного типу медіакультури продемонстрував наступні результати, які відображені на рисунку (рис. 2.9).

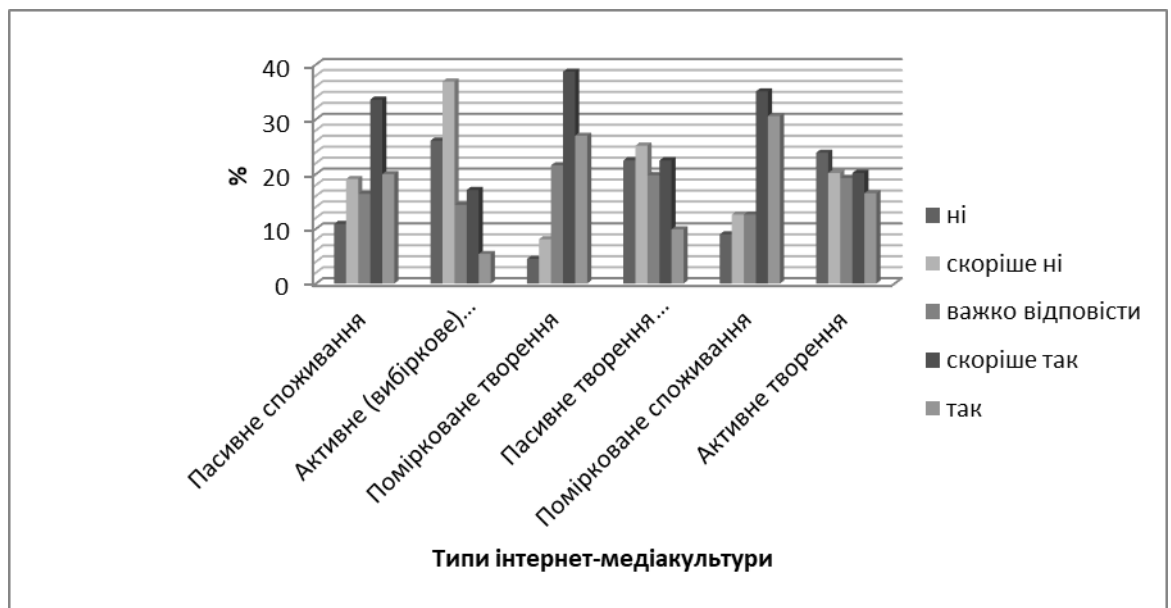


Рис. 2.9. Розподіл типів медіакультури серед загального числа респондентів.

Загальна кількість респондентів, які взяли участь в опитуванні склала 218 осіб, серед них 104 особи чоловічої статі та 114 осіб жіночої статі. Дані по типам медіакультури серед респондентів розподілились наступним чином (ті, які надали відповідь абсолютно згоден): 30, 5 % респондентів віднесли себе до типу “помірковане споживання”, 27% до типу “помірковане творення”, 20 % – “пасивне споживання”, 16,5 % – “активне творення”, 10 % – “пасивне

творення”, 5 % – “активне споживання”, 20 % - пасивне споживання. Також важливо проаналізувати дані стосовно наявності статистично значущих розбіжностей у схильності до того чи іншого типу інтернет-медіакультури у вибірці чоловіків та жінок. (див табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Схильність до певного типу медіакультури залежно від статі

Стать	Пасивне споживання		Пасивне творення		Активне творення		Активне споживання		Помірковане споживання		Помірковане творення	
	Mean	σ	Mean	σ	Mean	σ	Mean	σ	Mean	σ	Mean	σ
Чол.	1,15	,523	1,50	,747	0,13	,297	1,15	,523	3,63	1,215	3,48	1,329
Жін.	1,22	,469	1,70 ($p \leq 0,49$)	,683 ($p \leq 0,006$)	0,27 ($p \leq 0,006$)	,410	1,22	,469	3,85	,948	3,78 ($p \leq 0,076$)	1,229

Як бачимо з наведених у таблиці даних відзначається статистично значуща відмінність у схильності до активного творення ($p \leq 0,006$) та пасивного творення ($p \leq 0,49$) в групі чоловіків та жінок. Опіраючись на утворену кореляційну плеяду, яка відображає тип медіакультури активне творення (див. рис. 2.6) середовищем для реалізації вказаного типу медіакультури виступають соціальні мережі, де респонденти активно публікують та тиражують інформацію. З огляду на вказані дані жінкам порівняно з чоловіками більш характерно публікувати пости, фото та іншу інформацію в соціальних мережах, а також слідувати популярним тенденціям, які задаються та пропагуються інтернет-блогерами.

Оцінка рівня прояву продуктивних та непродуктивних механізмів залежно від схильності до певного типу медіакультури. Дослідження інтернет-медіакультури підлітків передбачало перевірити емпірично чи зростає рівень інтернет-захопленості разом зі зростанням схильності до виділених нами стихійно сформованих типів інтернет-медіакультури.

В результаті здійсненого однофакторного дисперсійного аналізу ANOVA було виявлено статистично значуще зростання рівня інтернет-захопленості та

інтернет-залежності разом зі зростанням схильності до типу інтернет-медіакультури «Пасивне споживання» ($p \leq 0,000$), «Пасивне творення» ($p \leq 0,001$), «Активне споживання» ($p \leq 0,006$), «Активне творення» ($p \leq 0,001$). Натомість відзначалося зниження рівня інтернет-захопленості разом зі збільшенням здатності до поміркованого споживання ($p \leq 0,004$), поміркованого творення ($p \leq 0,004$). Отримані дані вказують на те, що схильність підлітків до перелічених типів інтернет-медіакультури супроводжується зростанням інтернет-захопленості.

Наступний кроком дослідження виділених нами типів медіакультури була перевірка прояву непродуктивних та продуктивних механізмів залежно від схильності до того чи іншого типу інтернет-медіакультури. Перевірка вибірки на однорідність дисперсії здійснена за критерієм Лівеня продемонструвала відсутність статистичної відмінності в більшості тверджень, з огляду на що для аналізу даних було використано однофакторний дисперсійний аналіз ANOVA.

Статистично значуща відмінність була виявлена в прояві продуктивних механізмів разом зі схильністю до поміркованого споживання. Вказані дані було проаналізовано із використанням критерію Краскела-Уоллеса.

На даному етапі передбачалося емпірично довести, що формування стихійних типів інтернет-медіакультури відбувається під дією непродуктивних механізмів, а поміркованому споживанню та творенню притаманний прояв продуктивних.

З цією метою було проаналізовано середні значення прояву продуктивних та непродуктивних механізмів залежно від схильності респондентів до кожного з типів інтернет-медіакультури. На вертикальній осі відображено середнє значення прояву механізму, а на горизонтальній ступінь згоди респондента із твердженням, що відображає певний тип медіакультури. Дані отримані в результаті аналізу схильності респондентів до пасивного споживання зображено на рисунку (рис. 2.10).

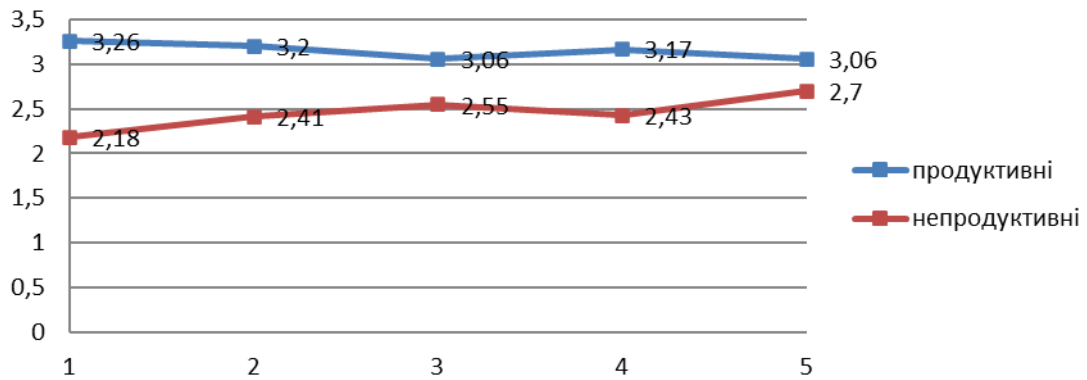


Рис. 2.10. Прояв продуктивних та непродуктивних механізмів залежно від типу «Пасивне споживання»

Як бачимо з рисунку спостерігається значуще зростання рівня прояву непродуктивних механізмів ($p \leq 0,005$) разом зі зростанням схильності респондентів до пасивного споживання, але не було зафіксовано статистично значущих змін у рівні прояву продуктивних механізмів та схильності до пасивного споживання.

Зі зростанням схильності респондентів до типу інтернет-медіакультури «Активне (цілеспрямоване) споживання» відбувається зростання рівня прояву дії непродуктивних механізмів на рівні тенденції ($p \leq 0,043$) та статистично значуще зниження рівня прояву продуктивних механізмів ($p \leq 0,001$) (рис. 2.11).

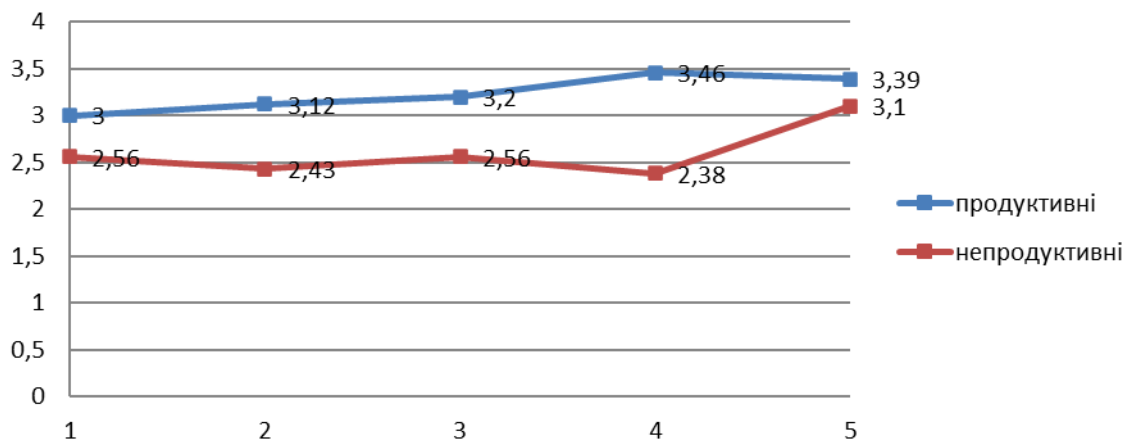


Рис. 2.11. Прояв дії продуктивних та непродуктивних механізмів залежно від типу «Активне (вибіркове) споживання»

Разом зі зростанням схильності до пасивного творення (тиражування) відбувається статистично значуще зростання рівня прояву непродуктивних

механізмів ($p \leq 0,000$), та зростання дії продуктивних на рівні тенденції ($p \leq 0,061$), (рис. 2.12).

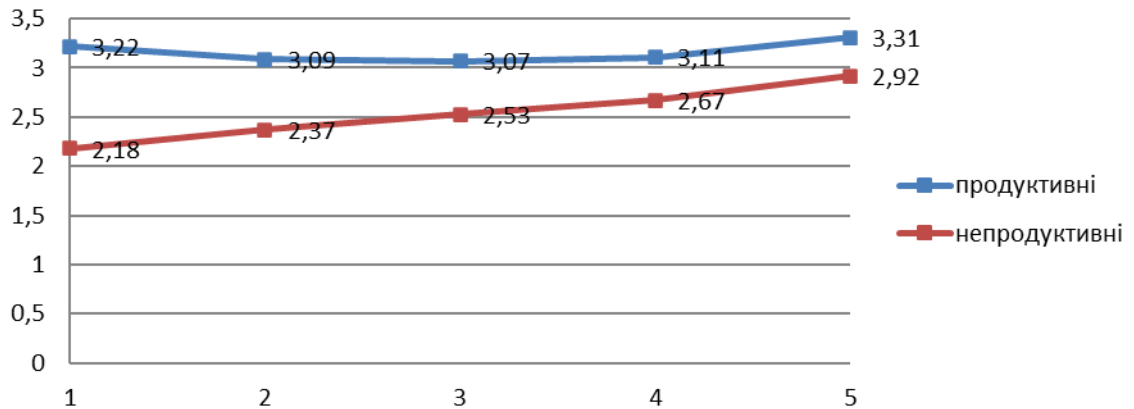


Рис. 2.12. Прояв дії продуктивних та непродуктивних механізмів залежно від типу «Пасивне творення (тиражування)».

Збільшення схильності респондентів до активного творення супроводжується статистично значущим зростанням рівня прояву непродуктивних механізмів ($p \leq 0,005$), та статистично значущим зниженням прояву продуктивних соціально-психологічних механізмів ($p \leq 0,000$) (рис. 2.13).

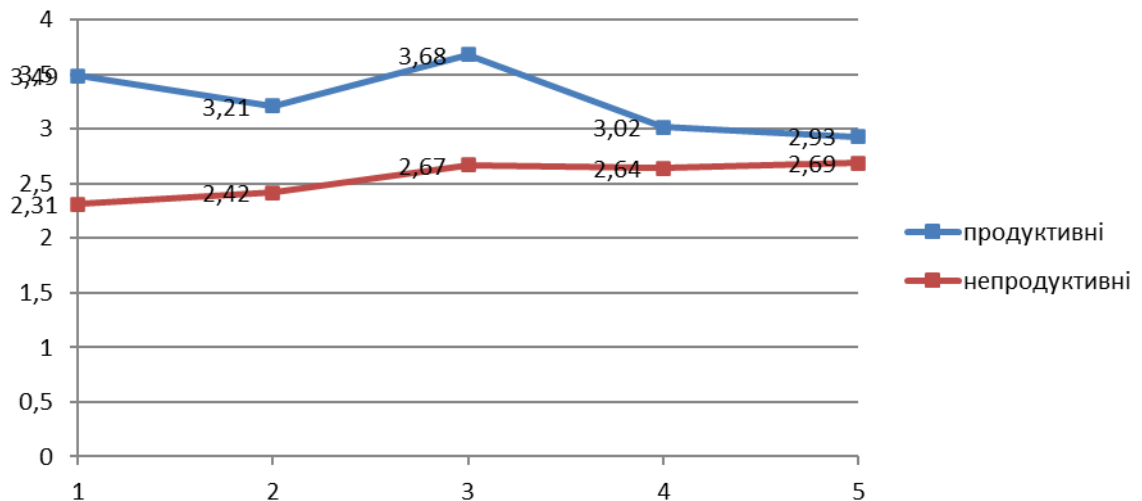


Рис. 2.13. Прояв дії продуктивних та непродуктивних механізмів згідно типу «Активне творення»

Отже, отримані нами дані підтверджують висунуте нами теоретичне припущення, що виділені нами типи стихійної інтернет-медіакультури формуються під дією непродуктивних соціально-психологічних механізмів. Натомість аналіз середніх значень за рівнем прояву продуктивних та

непродуктивних соціально-психологічних механізмів разом із збільшенням схильності до типів інтернет-медіакультури означених нами як «Помірковане споживання» та «Помірковане творення», які відображають критерії цілеспрямованого формування продемонстрував зростання прояву продуктивних соціально-психологічних механізмів. Так, разом із зростанням схильності до помірковане споживання відбувається статистично значуще зростання рівня прояву продуктивних механізмів ($p \leq 0,010$), та зниження прояву непродуктивних соціально-психологічних механізмів на рівні тенденції ($p \leq 0,095$).

З огляду на неоднорідність вибірки у прояві продуктивних механізмів та схильності до поміркованого споживання дані було перевірено за критерієм Краскела-Уолеса. Отримані результати також підтвердили статистично значуще (асимптотичне значення $\leq 0,001$) зростання прояву продуктивних механізмів (рис. 2.14).

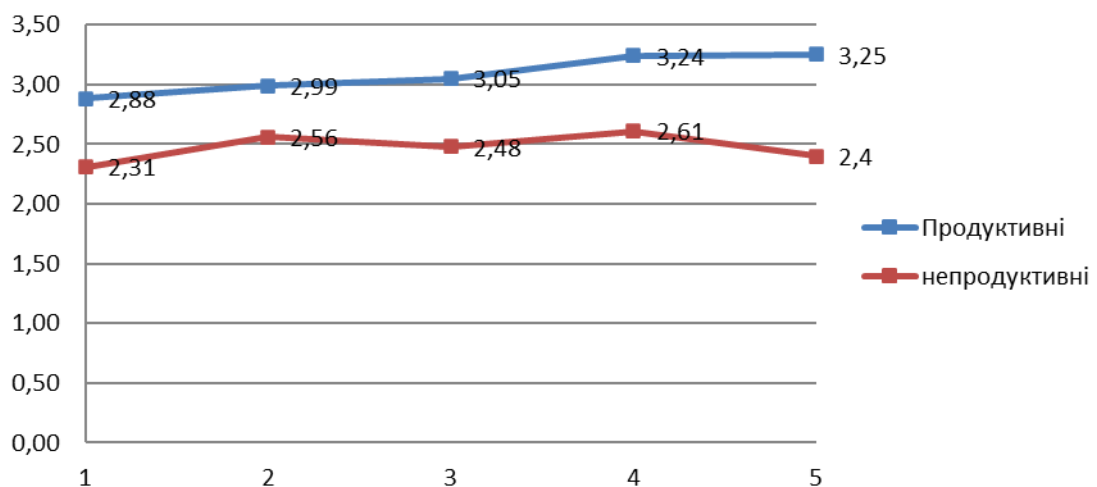


Рис. 2.14. Прояв дії продуктивних та непродуктивних механізмів в типі «Помірковане споживання»

Зі збільшенням поміркованого творення відзначається статистично значуще зростання рівня прояву продуктивних механізмів ($p \leq 0,001$), та зниження прояву непродуктивних соціально-психологічних механізмів на рівні тенденції ($p \leq 0,046$) (рис. 2.15).

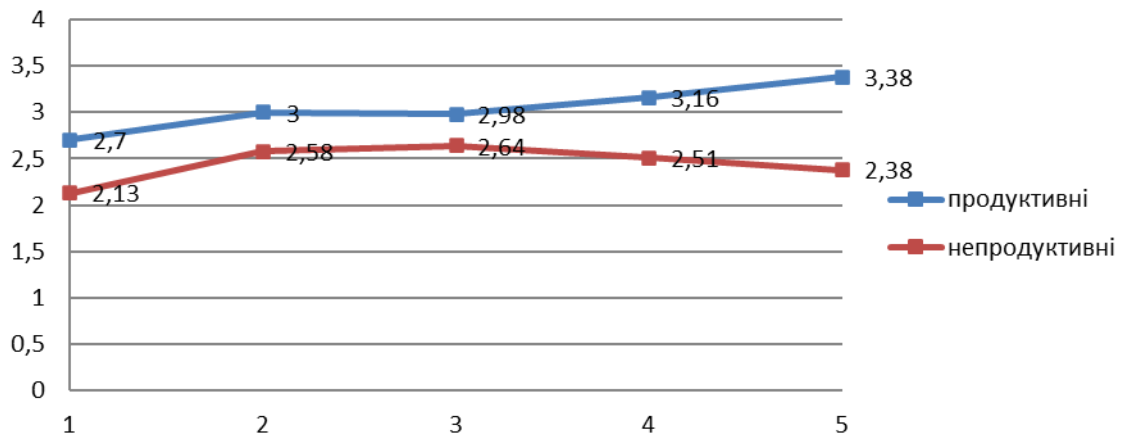


Рис. 2.15. Прояв дії продуктивних та непродуктивних механізмів в типі «Помірковане творення»

Отримані дані цілком підтверджують теоретичну концепцію стихійного процесу формування медіакультури, який супроводжується зростанням рівня інтернет-захопленості та проявом таких непродуктивних соціально-психологічних механізмів як мимовільне сприймання, імпульсивність, зараження, наслідування, мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація. Натомість зростання прояву автономізації, рефлексивного та критичного сприйняття разом зі схильністю до поміркованого творення емпірично обґрунтовують продуктивний характер вказаних типів інтернет-медіакультури. Разом з тим варто зауважити, що групу «Помірковане творення» та «Помірковане споживання» утворила найбільша кількість респондентів, які також могли входити в групи інших типів медіакультури. Попри те, результати оцінки рівня інтернет-захопленості продемонстрували його зниження у вказаних типах медіакультури з огляду на що можна припустити, що найбільшу кількість учасників групи склали підлітки з найменшим ступенем розвитку інтернет-захопленості.

Отже, поведений аналіз результатів дослідження дозволив здійснити емпіричну верифікацію моделі стихійного формування медіакультури підлітка захопленого інтернетом. Виявлення статистично значущих кореляцій між симптомами інтернет-захопленості та виділеними нами соціально-психологічними механізмами підтвердило їх непродуктивне спрямування.

Вдалося виявити емпіричним шляхом, що разом зі збільшенням рівня інтернет-захопленості відбувається статистично значуще зростання прояву непродуктивних механізмів. Крім цього було обґрунтовано непродуктивний характер таких типів медіакультури як «Пасивне споживання», «Активне (вибіркове) споживання», «Пасивне творення (тиражування)», «Активне творення» та емпірично доведено продуктивне спрямування «Поміркованого творення» та «Поміркованого споживання», функціонування яких відзначається збільшенням дії продуктивних соціально-психологічних механізмів.

2.4. Дослідження типів інтернет-медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю методом напівструктурованого інтерв'ю

Дослідивши кількісними методами особливості прояву соціально-психологічних механізмів залежно від рівня інтернет-захопленості та схильності до певного типу інтернет-медіакультури перед нами стояло завдання більш глибоко вивчити виділені нами типів інтернет-медіакультури з огляду на те, що особистісний медіакультурний простір підлітка є малодослідженим феноменом. Серед моделей взаємодії особистості та медіа варто відзначити концепцію «мозаїчної культури» А. Моля, де медіа культурне поле особистості (соціокультурний екран) розглядається як фрагментарне утворення [126]. З метою виявлення стратегій формування медіакультури необхідно здійснити детальний аналіз суб'єктивного досвіду підліткової інтернет-активності. Дослідження соціально-психологічних механізмів формування інтернет-медіакультури можливе за умови детального вивчення цільової аудиторії та її інтересів із використанням якісних методів. Даний етап передбачав досягнення наступних дослідницьких цілей:

- здійснення детального аналізу медіакультурного середовища підлітків з метою більш поглибленого вивчення особливостей функціонування виділених нами соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітків на якісному рівні;

- можливе виявлення нових соціально-психологічних механізмів формування медіакультури, які не були зафіксовані на підготовчому етапі дослідження.

Необхідність використання якісних методів обґрунтовується багатьма науковцями [84, 179; 229]. Зокрема, В. Семьонова у своїй праці «Якісні методи» (1998) вказує на переваги використання таких методів в дослідженні соціології культури, що зумовлюється недостатньою вивченістю феномену необхідністю детально описати нові аспекти раніше досліджуваних проблем або розкрити приховані суб'єктивні смисли чи механізми функціонування соціальної практики, що неможливо здійснити шляхом кількісного дослідження [172]. Так як теоретичні дослідження сучасної медіакультури швидко втрачають актуальність через динамічність інтернет-простору з метою конструювання концепції сучасної інтернет медіакультури. постала необхідність взаємодії з цільовою аудиторією на якісному рівні.

В контексті дослідження типів медіакультури важливо відзначити не лише ступінь продуктивності соціально-психологічних механізмів формування медіакультури, а й дослідити їх ієрархічну структуру в якості одиниць, що складають модель певного типу медіакультури підлітка. Здійснити їх систематизацію за критерієм первинності та вторинності або рівнозначності в межах окреслених нами типів медіакультури. Шляхом систематизації отриманих даних діагностувати механізми, які відіграють ключову роль в формуванні особистісної медіакультур підлітка за критерієм вираженості їх дії. Ключовими інструментами дослідження виступили напівструктуроване інтерв'ю та спостереження, що давали можливість дослідити психологічні та соціальні аспекти взаємодії та сприйняття підлітками середовища інтернету. Процедура конструювання тексту інтерв'ю впливала із попередньо окреслених нами цілей дослідити виділені соціально-психологічні механізми формування медіакультури в якісному вимірі. На етапі фокус-груп ми отримали необхідний набір індикаторів для означення соціально-психологічних механізмів, які потребували подальшого глибинного дослідження після етапу кількісного

дослідження. Відповідно інтерв'ю мало вигляд напівструктурованого тексту, що базувався на критеріях дослідження соціально-психологічних механізмів медіакультури, які були покладені в основу опитувальника. Виокремлені критерії в подальшому мали відігравати роль умовних одиниць класифікації.

1) *мотиваційно-предметний критерій*, який передбачав опис характеру активності підлітка: спілкування, споживання або творення, схильність до творчості, дублювання та поширення інформації. Відображався наступними запитаннями: спрямованість на соціальні мережі або комп'ютерні ігри, різноманітні вподобання підлітка в інтернеті; мета перебування в мережі, цілеспрямований чи спонтанний пошук. Обраний критерій слугував відправною точкою для означення типів медіакультури підлітка.

2) *оцінка дії соціально-психологічних механізмів взаємодії в процесі формування медіакультури*, а саме виокремлених нами непродуктивних та продуктивних механізмів соціально-психологічної взаємодії навіювання, наслідування, зараження. Включені в інтерв'ю запитання були покликані дослідити, чи процес формування медіакультури відбувається під впливом загальних тенденцій чи власної автономної позиції та поглядів підлітка. Зокрема підлітку пропонувалося у вільному порядку перелічити основний перелік дій, які найчастіше роблять люди у соціальних медіа. Крім того до запитань були включені такі, які відображають фактор наслідування інших користувачів, дублювання інформації, передача та підхоплення панічних настроїв. Вказаний критерій містив наступні запитання:

3) *оцінка дії соціально-психологічних механізмів медіасоціалізації*. Дослідження ролі ідентифікації та інтернет-цінностей в процесі формування медіакультури підлітка. Даний блок запитань інтерв'ю мав на меті на більш глибокому рівні діагностувати форми ідентифікації в інтернеті та їх характер, виявити, які саме цінності домінують у підлітковому середовищі, яким чином відбувається процес їх засвоєння із подальшим впливом на процес формування медіакультури підлітка. Чи виявляють респонденти взаємозалежність реальної презентації від віртуальної і навпаки. Запитання відображали характер

віртуальної самопрезентації підлітка у різних його проявах — від загального вигляду акаунту у соціальних медіа (будь-яких) до смислового його наповнення; чи відображає певну мету персонально для підлітка та інших груп користувачів з якими він комунікує; оцінка ціннісного та емоційного значення віртуального образу для респондента; виявлення предметної та абстрактної форм презентації.

4) *оцінка механізмів сприйняття медіаконтенту*. Запитання спрямовані на дослідження критичних та аналітичних навиків підлітка, наявності автономізованої позиції, рефлексивного досвіду в інтернет-активності підлітка. Така оцінка крім цілеспрямованих запитань також здійснювалась процесі усієї бесіди з підлітком.

Для проведення напівструктурованого інтерв'ю, яке включало 32 запитання, було відібрано 30 підлітків віком 12-15 років. Умови роботи з респондентами була відсутність будь-яких допоміжних даних, які б впливали на припущення інтерв'юера. Рефлексивний характер запитань дозволяв зібрати емпіричні дані у більш довільному вигляді, ніж це дозволяє форма прямих запитань та відповідей, розгорнутий характер суджень респондентів сприяв виявленню нових змістів. Аналіз емпіричних даних відбувався із використанням аналітичного підходу за алгоритмом запропонованим В. Семьоновом (1998), що передбачає наступні кроки:

- первинна класифікація або номінація даних (об'єднання окремих даних в певну сукупність аналогічних явищ);
- категоріальний аналіз (укрупнення виявлених явищ до рівня закономірностей);
- формування міні-теорії методом аналітичної індукції (вивчення окремих випадків як доказ того, що певна закономірність поширюється на всю сукупність) [172, с. 96-97].

Можливість обґрунтування зовнішньої валідності дослідження забезпечується застосуванням суміжних критеріїв як в кількісному та якісному дослідження. Це дозволило порівняти отримані результати за відсотковим

показником отриманих кількісних даних. Валідність результатів якісного етапу дослідження була частково підтверджена даними, що були отримані кількісними методами. Було зафіксовано однаковий відсоток респондентів за такими типами медіакультури як пасивне споживання – 20 %, активне творення – 5 %, пасивне творення – 15% від загального числа респондентів. Суттєві розбіжності були зафіксовані в типі медіакультури помірковане творення та споживання, де де 30, %, 5 опитаних віднесли себе до поміркованого споживання, 27% вказали, що схильні до поміркованого творення, тоді як в результаті якісного опитування було зафіксовано 5% таких респондентів. Важливо зауважити, що такі показники були зумовлені суб'єктивною оцінками підлітків характеру взаємодії з інтернет-середовищем.

Перед тим, як приступити до аналізу емпіричних даних за попередньо визначеними нами критеріями важливо коротко описати особливості медіакультурного середовища підлітків. Аналіз отриманих в ході інтерв'ю відповідей респондентів дозволив зробити висновки, що інтернет медіакультура підлітків має розважальний, пізнавальний та ідентифікуючий характер. Загалом можна відзначити такі загальні особливості підліткової медіакультури як:

- замкненість (закритість): перехід на закриті акаунти, групи де поширюється інформація особистого характеру. Дану тенденцію можна пояснити природнім прагненням до групової приналежності підлітків та збільшенням рівня поінформованості про безпеку в інтернеті;
- все більше спрощення медіа контенту, що характеризується високою популярністю коротких відео та розвиток його нішевої в мікрогрупах різноманітного спрямування;
- прикладний та абстрактний характер медіакультури. Перший, попри свою віртуальність, характеризується чітким прагненням до відображення реальності: відео повсякденного життя, друзів, інше. Останній навпаки, спрямований на розрив з реальністю та введення в оману інших користувачів.

Аналіз даних за мотиваційно-предметним критерієм. Контент-аналіз відповідей респондентів продемонстрував високу активність та обізнаність підлітків в мережі. Більшість з них підхоплюють новинки в інтернеті, які мають суто молодіжну направленість та не користуються популярністю у більш дорослої аудиторії (tik-tok, “вайни”, “фанфіки”). Найбільш популярною соціальною мережею серед підлітків-школярів залишається Instagram. Як правило у великої кількості опитаних підлітків спостерігається домінування певного виду активності над іншою — наприклад, ті хто захоплюється комп'ютерними іграми надають меншу перевагу соціальним мережам і навпаки. Переважна більшість опитаних респондентів не цікавиться інформаційними сайтами та цікавиться новинами вузького локального характеру — в межах міста, району, школи. Підліткам характерний як спонтанний так і цілеспрямований пошук до якого більшість з них звертається із телефонних додатків. Серед опитаних підлітків доволі чітко вимальовувались такі медіакультурні типи як споживання і творення, які в свою чергу, як і припускалося, мали певну мету або носили спонтанний хаотичний характер.

Основною мотивацією до звернення в мережу виступає спілкування, самопрезентація (як масове явище серед підлітків), самореалізація (більш специфічні мотиви із перспективою в майбутнє), розважальна мета (переважна більшість опитаних наголошує на необхідності “підняти настрій” кумедними відео, “пранками”, відео “реакцій людей на щось”). Серед пізнавальних мотивів домінують навчальні. Близько третини респондентів використовують інтернет для пошуку інформації з метою особистого розвитку та отримання нових знань.

Дослідження соціально-психологічних механізмів взаємодії. Зроблене нами припущення про вплив таких механізмів соціальної взаємодії як навіювання, наслідування та зараження було підтверджене емпіричними даними інтерв'ю. У формуванні медіакультури підлітка ці механізми відіграють провідну роль у спонуканні до певних дій, виникнення вподобань. Наслідування інших користувачів в інтернеті притаманне переважній більшості підлітків залежно від ступеню самоактуалізованості мотивів респондента. Якщо

медіакультура носить доволі сформований характер вона відзначається дією механізму автономізації, хоча роль непродуктивних соціально-психологічних механізмів в процесі формування медіакультури залишається доволі значною.

На етапі якісного дослідження чітко виступила дія механізму стереотипізації. Серед найбільш поширених стереотипів в підлітковому інтернет медіапросторі можна виділити такі як: зовнішній вигляд, матеріальне благополуччя, подорожі, які супроводжуються великою кількістю вподобань в якості індикатора успішності. Для підлітків все ще актуально дотримуватись візуально привабливих мережевих образів. Але варто відзначити загальне зниження мотивації до подальшої підтримки таких образів, що проявляється у видаленні акаунтів або реєстрації додаткових акаунтів у яких, за словами підлітків, вони можуть “бути собою”. Саме така тенденція могла вплинути на те, що механізм стереотипізації не отримав належного вираження на підготовчому етапі формування індикаторів кількісного дослідження.

Оцінка дії соціально-психологічних механізмів засвоєння соціального досвіду. Інтернет-простір все більше набуває значення в якості альтернативного середовища соціалізації. Механізм ідентифікації відіграє ключову роль у формуванні медіакультурної моделі підлітка. Великою мірою це зумовлено віковими особливостями та прагненням групового ототожнення, але в інтернет-просторі орієнтація на певний об'єкт ідентифікації виступає вектором формування медіакультури підлітка, яка уподібнюється об'єкту наслідування. Процес засвоєння цінностей є в меншій мірі вираженим для фіксації механізмом, ніж ідентифікація. Як впливає із даних інтерв'ю, респонденти здебільшого негативно оцінюють інтернет-поведінку своїх однолітків та відзначають її руйнівний вплив на особистість сучасного школяра. Серед цінностей, які супроводжують віртуальну презентацію підлітка були відзначені такі як прагнення до популярності, викликати захоплення, досягати легких успіхів, бажання домінувати над іншими.

Дослідження механізмів сприйняття медіаконтенту. Аналіз відповідей підлітків стосовно рівня розвитку критичного та аналітичного мислення

продемонстрував низький рівень критичності в процесі сприйняття медіаконтенту на відмінну від результатів анкетування учнів. Основним критерієм аналізу повідомлень для підлітків виступає критерій довіри або недовіри до автора повідомлення. Важливо зауважити, що серед підлітків домінують повідомлення загального (події, відео, пости тощо) та суб'єктивного змісту (чийсь враження, думки), які не передбачають застосування аналітичних умінь, а просто споживаються аудиторією з розважальною метою. При цьому у підлітків сформувався високий рівень довіри до певних авторитетних джерел, зокрема у соціальних мережах, де є популярними повідомлення-антиподи (“правда або міф”) або повідомлення доволі неоднозначного навіть, небезпечного змісту. Опитані респонденти відзначили, що не вважають за потрібне піддавати сумніву такі повідомлення і сприймають їх без попереднього осмислення.

Окрему увагу варто приділити опису рефлексивності. На етапі анкетного опитування ми отримали високі показники рефлексії. У частини опитаних спостерігається значний рівень розвитку рефлексивного мислення, що фіксується у характері їхніх суджень, ставленні до власної віртуальної презентації. Відзначається здатність віднаходити причинно-наслідкові зв'язки у власній та сторонній віртуальній поведінці (наприклад “це інтернет робить нас лінивими”, “я переосмислила своє ставлення до інтернету. Коли це почало приносити мені дискомфорт”, “деякі люди замикаються у власному віртуальному просторі і це шкодить їм”. “Я довго не реєструвалася у соціальних мережах, але через постійні запитання змушена була це зробити, так можна сказати, що я зробила це не із власної ініціативи”, “я розумію, що інтернет забирає той час, який би я могла витратити на щось корисне”, “сучасним підліткам здається, що успіх прийде сам по собі, але я розумію, що це не так”.

Важливою особливістю дослідження рефлексивного мислення є накопичення рефлексивного досвіду як передумови зміни вектору активності. Вона активізується не в процесі щоденної взаємодії, а після більш глибокого

розуміння принципів функціонування інтернет простору, який виступає прецедентом до змін. На відміну від критичного мислення, яке представляє собою більше когнітивний навик, рефлексія спрацьовує в контексті одночасної взаємодії особистості з соціальним та віртуальним оточенням. Якщо певний вид поведінки в інтернеті зокрема певні форми мережевої ідентифікації не призводять до бажаного результату, а навпаки спричиняють психологічний дискомфорт — це призводить до рефлексивного переосмислення власних дій в інтернеті та їх зміни. Наприклад, певна частина опитуваних підлітків дотримувалась культури наслідування вибудовуючи свою поведінку за прикладом популярних блогерів, але не досягала потрібного ефекту. Такий негативний досвід призводив до кризи ідентичності, що супроводжувалась рефлексією мотивів віртуальної самопрезентації та їх зміною. Деяким підліткам вдавалось усвідомити ілюзорність успіхів, що активно пропагуються в різних інтернет-спільнотах.

Застосування рефлексивної методики інтерв'ювання дозволило отримати розгорнуті текстуальні наративи достатні для побудови цілісних теоретичних конструктів. Аналіз загального масиву даних із застосуванням методу пошукової стратегії із подальшою класифікацією даних дозволив виявити такі закономірності: концентрація навколо концептуального стрижня, який чітко відображений інтересами підлітка; мозаїчний та неструктурований характер медіакультури (таблиці класифікації даних містяться в додатку Є). Під час класифікації даних за критерієм вираженості своєї дії, перелічені механізми розподілились на два типи – первинні механізми, які відіграють роль ядра або основного вектору розбудови медіакультури (в залежності від типу медіакультури), та вторинні механізми, що забезпечують рух та обмін медіакультурних одиниць в межах як окремого типу медіакультури, так і між кількома такими типами. Серед усіх досліджуваних механізмів найбільш чітко проступає механізм ідентифікації, який відіграє ключову роль в процесі як творення, так і споживання. Його реалізація відбувається двома шляхами: мережева розбудова об'єктивної ідентичності підлітка та ототожнення себе із

створеним підлітком віртуальним образом (у випадку творення) або певними віртуально реалізованими інтересами (у випадку споживання). На його основі формуються індивідуальні медіакультурні моделі підлітка. В процесі аналізу даних було виділено такі типи ідентифікації в інтернеті як мережева специфічна та мережева дифузна.

Важливо зауважити, що у випадку споживання медіаконтенту серед первинних домінують механізми сприйняття, які були означені такими індикаторами як: “я читаю, я цікавлюсь, я шукаю”, а роль вторинних відіграють механізми засвоєння соціально-психологічного досвіду та соціально-психологічної взаємодії. Тобто процес становлення медіакультури споживання виглядає наступним чином:

- “В інтернеті я споживаю, те, з чим я себе ідентифікую (через протиставлення (автономізацію) або наслідування когось або чогось)”.

У випадку творення в якості стрижневого механізму виступають механізми засвоєння соціального досвіду, а роль функціональних відіграють механізми соціально-психологічної взаємодії: “я спілкуюсь, публікую, знімаю відео”, “я самореалізуюсь, досягаю, успіху/результату”, “я рівняюсь на успішні приклади досягнення популярності в мережі”, “створюю власний неповторний образ”, “відслідковуую зворотній зв'язок”, “намагають відобразити (втілити) інтереси більшості” Принцип становлення медіакультури творення виглядає наступним чином:

- “Я ідентифікую себе в інтернеті через взаємодію (наслідую когось або щось або протиставляю (автономізую) себе).”

Отже, на базі виявлених нами одиниць класифікації ми приступимо до їх подальшого об'єднання в концептуальні моделі, які відобразатимуть типи медіакультури підлітка.

Результати якісного дослідження підтвердили висунуте нами припущення про розподіл типів медіакультури на пасивне, активне споживання, пасивне, активне творення та помірковане споживання і творення медіаконтенту. Як було зазначено вище, в ході аналізу емпіричних даних відзначалось

домінування механізму ідентифікації, що створює передумови функціонування цілісного медіакультурного патерна, який або обертається навколо ідентичності підлітка та отримав назву “медіакультурного кола” (як у випадку творення), або визначає напрямок інтересів (у випадку споживання). Але така цілісність не стосується типу пасивного сприйняття, в якому не відзначається дія механізму ідентифікації.

Активне (вибіркове) споживання. Загальна кількість опитаних, яких можна віднести до категорії “активне споживання” медіаконтенту склала 5% від загальної кількості респондентів. Результати якісного досліджень дійсно підтверджують, що сучасним підліткам не характерно цілеспрямовано звертатися до мережі з метою реалізації специфічних інтересів. Для підлітків, схильних до активного споживання, властивий прояв механізму вибіркового сприйняття, який виступив первинною одиницею класифікації (позначається наявністю взаємозв'язку: першочергово в інтернеті цікавлюсь чимось). Вибірковість зумовлюється дією механізму ідентифікації. Інтереси підлітків спрямовані в конкретному напрямку, який визначає медіакультурне поле активного споживача. Серед опитаних підлітків, які були віднесені нами до цієї групи чітко простежується зв'язна нитка вподобань, які вибудовують їх медіакультуру в інтернет-просторі та відображені у формуванні об'єктивної (реальної) ідентичності підлітка. Основний критерій вибору контенту пізнавальний мотив. “Активні споживачі” надають перевагу перевіреним джерелам інформації, а на запитання про особливості аналізу повідомлень відповідають, що “просто читають” або “просто дивляться”.

Хоча таким підліткам характерно викладати деякі фото в мережі, але це більше зумовлено соціальною необхідністю ніж прагненням до самоактуалізації. До найбільш яскравих прикладів можна віднести респондентів, яких ми умовно назвали “футболіст” та “інженер”. Їхня ідентичність твориться в реальності, а медіакультура реалізується через призму сприйняття необхідного контенту як своєрідного доповнення процесу ідентифікації підлітка. Інтереси в мережі доволі чіткі та предметні. “В інтернеті

я цікавлюся футболом і відомими футболістами. В соціальних мережах я демонструю фото своїх досягнень з футболу: різноманітні кубки, грамоти”. “Я сам збираю мотоцикл тому в інтернеті найбільше я цікавлюсь як це можна зробити. Мене цікавлять різні винаходи, як влаштовані автомобілі”. Серед новин такі підлітки надають перевагу конкретним подіям переважно надзвичайного характеру: ДТП, кримінальна хроніка, новини “апокаліптичного” змісту.

Пасивне творення (тиражування). Вказана група респондентів об'єдналася навколо первинного механізму ідентифікації через наслідування. Характеризується високим рівнем активності у продукуванні контенту із тиражуванням інтернет-образів і моделей поведінки та відсутністю рефлексії мотивів такого творення. Кількість “пасивних творців” складає 15 % серед опитаних. Мережева ідентифікація підлітка є невизначеною, а її орієнтиром виступають інші віртуальні образи. Особливість типу пасивного творення полягає у тому, що медіакультурний образ підлітка представляє собою модель замкненого кола, де медіакультурні патерни обертаються по ньому через механізми наслідування, зараження, та стереотипізації. Через низький рівень рефлексії мотивів творення підлітки не можуть обґрунтувати мету поширення повідомлень. В більшості випадків повідомлення тиражуються в мережі для популяризації та реклами певних подій серед інших користувачів (механізм зараження). Не відзначається специфічного ядра ідентифікації, що ускладнює процедуру кодування. Їхній медіа-образ базується на продукуванні медіаконтенту констатуючого змісту, наприклад «я в кафе», я на прогулянці”. Відзначається мінімальний рівень творчості.

Активне творення. Тип медіакультури активне творення розподілився на такі підтипи як «творення як наслідування» та «специфічне творення». В даному випадку можна провести паралелі з дослідженнями Ю. Чаплинською механізмів формування парасоціальних стосунків. Серед них автор виділяє механізм «фоловер». Даний механізм може реалізовуватися двома різними способами: імітаційний («ефект зліпка») – повне зчитування та копіювання

поведінки медіагероя; творчий або вибірковий, коли людина переймає кілька моделей парасоціальних стосунків і будує збірний образ [231]. В контексті нашого дослідження мова йде про механізми реалізації культурного образу особистості безпосередньо в мережі, а не про механізми його перенесення на об'єктивну дійсність. Підліток просто створює своє «віртуальне Я» за стороннім зразком або сам вигадує його тим самим самоактуалізуючись в інтернеті.

Основною одиницею класифікації як у випадку пасивного творення виступає ідентифікація через наслідування. Відмінною рисою активного творення є більш індивідуалізований характер медіакультури в центрі якої знаходиться особистість підлітка. Загальна кількість опитуваних за таким типом творення склала 25%. Медіакультура таких респондентів формується не навколо масово тиражованих віртуальних образів та тенденцій. Відповідно до цього серед вторинних соціально-психологічних механізмів її формування ми відзначаємо такі як наслідування (когось або чого в інтернеті), а також зараження: “я роблю смішні сюжети, щоб передати свій настрій іншим”. Критерієм активності такого творення виступає кількість медіаконтенту, більша креативність порівняно з пасивним творенням, значна заглибленість в медіапростір, яка відзначається наданням переваги «віртуального Я» над реальним. Одиниці медіакультури, які формують загальний медіакультурний простір виходять не з самоактуалізованих мотивів підлітка, а з середовища мережі. Хоча центром активного творення виступає віртуальна ідентичність підлітка, але її характер визначають інтернет-тренди. Представникам такого типу медіакультури характерний цілісний медіакультурний образ, який легко піддається кодуванню через доволі чітке отожднення з певними видами активності як, наприклад, “модель”, “танцівниця”, “блогерша”, “стрімерша”, “шкільна активістка”, “душа компанії”, “фанатка”. Наповнення їхніх акаунтів відображає популярні тенденції, що спрямовані на спонукання наслідування з боку інших користувачів. Такі підлітки чітко означають мету своєї діяльності в інтернеті, їм характерний помірний рівень критичності. При цьому деяким з

них властиво переоцінювати роль мережевого середовища в процесі власної самоактуалізації.

Як вже зазначалося раніше, варто відзначити активізацію рефлексії на певних етапах творення та пропагування власного медіаконтенту через наслідування. Активне творення часто передбачає досягнення певної мети і у тому випадку, коли поставлені цілі не приносять бажаного результату, це може спричинити певну фрустрацію особистості підлітка та призвести до переоцінки та зміни типу медіакультури на помірковане споживання. Для прикладу наведемо фрагмент інтерв'ю школярки, 12 років: “Я намагалася усе повторювати як це робили інші відомі блогери, я хотіла стати такою самою популярною як вони. Це був щоденний влог на YouTube про моє відвідування школи та всякі інші повсякденні справи, але мені так не вдалося набрати необхідного числа підписників, їх було близько ста. Я переживала через, всіляко намагалася збільшити інтерес до себе, згодом мене це почало дратувати і я видалила свій акаунт, тепер я дуже нейтрально ставлюся до соціальних мереж та всього іншого в інтернеті, мені вже якось байдуже ”

Активному творенню характерний тип мережевої ідентифікації як предметного так і абстрактного спрямування. Об'єктом ототожнення стають популярні серед молоді відео прикладного змісту: міні сюжети про власне життя скопійовані з інших інтернет-образів. Що стосується абстрактного образу він зазвичай запозичений із уже існуючих інтернет-образів, а не сконструйований підлітком самостійно. Загалом у віртуальному просторі втілюються реальні фрагменти ідентичності, але дещо прикрашені та гіперболізовані з огляду на особливості інтернету.

На етапі дослідження активного творення шляхом аналізу суб'єктивного досвіду підлітків нам вдалося виявити та дослідити такий соціально-психологічний механізм передачі медіа контенту як механізм *відтворення*. Він проявляється в таких інтенціях підлітках як “поділитися частинкою себе” в інтернеті. Тобто мережа виступає середовищем для відтворення “образу Я” підлітка як фрагменту самоактуалізації особистості.

Тип “специфічного творення” характеризується тим, що медіакультура підлітка вибудовується навколо його автентичних інтересів, одиницями класифікації виступили унікальні неповторювані види активності. Основним джерелом для творення медіаконтенту виступають особисті думки, переконання, погляди, а також фантазія підлітка. Загальна кількість “активних творців” специфічного спрямування склала 20 %. У них відзначається активне творче начало та бажання поділитися своїми поглядами. До опитаних учнів умовно були підібрані такі кодові назви як “художниця”, “ейджистка”, “дизайнер”, “дослідниця”. Основні мотиви звернення до медіапростору – мотив самоактуалізації та самопрезентації. Провідним механізмом творення медіаконтенту виступає мережева ідентифікація, яка частково супроводжується дією механізму автономізації. Особистість підлітка вибудовується в умовах зануреності в мережу через активну міжособову комунікацію та обмін досвідом. Підліток створює медіакультуру на основі власного досвіду та наповнює медіасередовище особистісним медіакультурним змістом, формуючи власне медіа культурне коло. Користувач типу “творець” самостійно обирає соціальне оточення в мережі, яке відповідає його поглядам і переконанням або творить його самостійно. До прикладу, якщо в “творенні як наслідуванні” підліток приєднується до актуальних запропонованих йому в мережі тенденцій “сідає на карусель, яка вже обертається”, то “активний творець” специфічного спрямування здатен не лише ретельно підібрати відповідне оточення, а й самостійно сформувати його навколо свого віртуального образу. У зв'язку з цим в процесі такого творення чітко проявляється дія механізму “екстеріоризації” через який підліток екстраполює власні цінності на аудиторію, з якою взаємодіє. До прикладу можна навести фрагмент інтерв'ю “ейджистки”, дівчини 15 років, яка створює медіаконтент на базі власних поглядів та переконань про певну підліткову проблематику через індивідуальний канал на “Telegram”. Її профіль орієнтований на активну змістовну комунікацію через творення віртуального дискурсу. Профіль іншої респондентки (“художниця”, 14 років) має більш предметне спрямування через демонстрацію авторських творчих

доробків. Мережа розглядається нею як потужне джерело самореалізації та відіграє активну роль у становленні власної ідентичності. Цікавий приклад творення медіаконтенту відзначається у “дослідниці”, 13 років. Вона аналізує власну ідентичність через призму різноманітного віртуального досвіду здійснюючи пошук комфортного образу, який тотожний поглядам і переконанням підлітка.

В процесі дослідження “специфічного активного творення” нам також вдалося зафіксувати не заявлений раніше соціально-психологічний механізм “соціального підкріплення”. Підліток наповнюючи власне медіакультурне поле певними образами аналізує реакцію на них сторонніх і відповідно до цього може вносити певні корективи в ці образи. Тобто спосіб формування медіакультури спонукається “соціальним підкріпленням”, наприклад, якась тема, образ отримує велику кількість прихильників і це стає передумовою для його подальшої підтримки та розвитку.

Серед типів активного творення специфічного спрямування окремого аналізу потребує механізм дифузної ідентифікації підлітка в мережі. Серед загального числа опитаних кількість таких підлітків склала 5 %. Для них характерна самопрезентація абстрактного характеру, при чому сконструйовані образи мають автентичне походження. Інтернет відіграє для підлітка ціннісну роль як середовище становлення власної ідентичності навколо якої вибудовується медіаконтент. Медіакультурне середовище підлітка формується згідно тих образів, з якими він себе ототожнює і цінностей, які екстраполює в мережу. Наприклад, особливості медіакультури “дизайнера” (13 років) виходять із його захоплень та пошуку шляхів реалізації цих захоплень. Його профіль носить абстрактний та відірваний від реальності характер, йому надається значно більшого значення, ніж реальним досягненням, що характерно для дифузної ідентичності за визначенням Реана А., яка характеризується роз’єднанням «зовнішнього Я» і «Я реального», де «зовнішнє Я» домінує, а «реальне Я» характеризується пригніченою та несформованою структурою. В такому випадку «мотивація успіху підлітка не пов’язана з реальною діяльністю,

а орієнтована на досягнення честолюбних намірів втому числі пов'язаних з визнанням його значимості і захопленням оточуючих» [Реан, с.121] Попри творчу орієнтацію медіакультури таких підлітків, вони схильні маніпулювати вподобаннями аудиторії вдаючись до використання стереотипних образів. На цьому етапі дослідження нами був означений такий соціально-психологічний механізм як *“віртуальна емпатія”*. Мережа для такого користувача це постійний моніторинг вподобань аудиторії з метою отримати змогу відповідати цим вподобанням: *“я спеціально відстежую в інтернеті точки зору потрібних мені користувачів, щоб потім у розмові з ними відобразити ці точки зору”*. Підліток з дифузним типом ідентифікації не мислить себе без мережі і процес становлення його ідентичності в більшій мірі відбувається там, ніж в об'єктивній реальності. В якості яскравого прикладу описаного типу медіакультури можна навести фрагмент інтерв'ю *“дизайнера”*. Основною метою звернення до інтернету виступає мотив самоактуалізації. Профіль підлітка носить яскраво виражений абстрактний характер та наповнений *“парадоксальними”*, за його словами, фото та відео, які покликані ввести користувачів в оману. Основним ядром навколо якого вибудовується його медіакультурне поле виступає сучасна мода та все, що з нею пов'язано. На цьому ґрунті вибудовується мережа міжособистісної комунікації та пізнавальних інтересів, які виходять за межі соціальних медіа.

В процесі здійснення дослідження нам також вдалося виявити тип медіакультури, який ми означили як помірковане творення та споживання, який склав 5% від загальної кількості опитаних. В основі такого типу домінує цілісна ідентичність підлітка, яка визначає вектор формування медіакультурного поля. У таких підлітків відзначаються чіткі уявлення про роль реальної соціальної взаємодії, власну цінність як особистості. У них розвинене критичне та рефлексивне сприйняття та відзначається прагнення до саморегуляції. Первинним механізмом формування медіакультури виступає соціально-психологічний механізм автономізації. Мотиви звернення до мережі зумовлені об'єктивними обставинами та в переважній більшості носять пізнавальний

характер. Мотиви творення часто відповідають внутрішнім настроям та потребі. Поміrkований користувач займає зовнішню позицію стосовно мережі та використовує її рівноцінно як для споживання та творення. Відмінність від типу “специфічного творення” полягає в тому, що мережа не несе для “поміrkованого творця” сильного емоційного навантаження, а лише виступає полем для його діяльності. Його прагнення до взаємодії зумовлене індивідуальною ініціативою і не замикається на інтернет-просторі як у випадку активного специфічного творення. Підліток з таким типом медіакультури має достатньо розвинену внутрішню систему цінностей, яка стає для нього орієнтиром як в реальному, так і віртуальному просторі: “Взагалі для мене найбільшу роль відіграє живе спілкування та родина, а все, що відбувається в інтернеті не відіграє для мене значної ролі. Я люблю квіти, природу. Я довго свідомо не реєструвалася в Instagram і була єдиною такою серед своїх ровесників. Мені набридли численні запитання, чому у мене немає профілю і я вирішила нарешті зареєструватися”. Такі підлітки добре оцінюють як навколишнє (реальне), так і віртуальне середовище через призму своїх ціннісних орієнтирів: “Я бачу як успішні у молодшій школі діти зовсім закинули своє навчання і в основному грають в ком'ютерні ігри на телефоні і мені дуже сумно від цього”.

Пасивне споживання. Останнім серед попередньо виділених нами типів медіакультури ми би хотіли описати “пасивне споживання”. Його основна відмінність від інших типів полягає в тому, що він представляє собою не замкнене, а хаотично сформоване медіакультурне поле, яке відзначається імпульсивним рівнем регуляції. Загальна кількість таких респондентів склала 25% від усіх опитаних. Вказані підлітки цікавляться всім потрохи, що має певну актуальність в мережі. Опитані не змогли перелічити власні інтереси, вони не ідентифікують мотиви звернення в мережу, а також причини, якими вони зумовлені натомість споживають усе, що пропонується в інтернеті. Медіакультура “пасивних споживачів” носить легкий розважальний характер. Інтернет виступає місцем безцільного проведення часу. Серед основних

механізмів формування медіакультури можна назвати мимовільне сприймання, імпульсивність, наслідування, зараження. На етапі кодування інтерв'ю найбільш доречним визначенням для цього типу користувачів виступив прикметник “типовий”: “типовий міський гравець, користувач YouTube, стрімінгових сервісів тощо”.

Важливо відзначити особливості комунікації, яка притаманна тому чи іншому типу медіакультури. Наприклад, активні “споживачі” характеризуються вузьким колом аудиторії спілкування. Основна мета такого типу комунікації – обмін інформацією. Більш розгорнуті цілі притаманні комунікації, яка характерна для «творців» – незалежно від типу творення їхнє спілкування в мережі спрямоване на розширення поля взаємодії, отримання зворотнього зв'язку від численної аудиторії користувачів, популяризацію (поширення) власного образу та цінностей, які він несе.

Отже, здійснивши дослідження медіасередовища підлітків якісними методами було зафіксовано дію наступних механізмів формування медіакультури: соціально-психологічні механізми взаємодії з інтернет-простором та механізми медіасоціалізації (мережева ідентифікація, мережева інтеріоризація, автономізація, вибіркоче сприйняття, наслідування, зараження, стереотипізація, відтворення та екстеріоризація) механізми сприйняття медіаконтенту в інтернеті (рефлексивне, критичне та мимовільне сприймання). На основі подальшої класифікації даних за ступенем активності в мережі та критерієм вираженості дії того чи іншого механізму було сконструювано моделі, які відображали такі типи медіакультури підлітка як активне споживання, пасивне споживання, активне творення, пасивне творення, помірковане споживання і творення. Попри поширену думку про фрагментарну структуру інтернет медіакультури, результати дослідження продемонстрували, що всі типи медіакультури підлітка крім пасивного споживання носять цілісний характер, та формується під дією механізму ідентифікації. В пасивному споживанні дія вказаного механізму не відзначається яєрез що даний тип медіакультури характеризується фрагментарністю та мозаїчністю.

Висновки до другого розділу

Оцінка рівня інтернет-залежності із застосуванням тесту «Шкала інтернет-залежності С. Чена» продемонструвала наступний розподіл респондентів: мінімальна схильністю до інтернет-залежності – 20 %, схильність до формування інтернет-залежності – 42,8 %, інтернет-залежність – 32,2 %. Група респондентів схильна до інтернет-залежності характеризується дослідниками як підлітки з інтернет-захопленістю. Виявлено, що рівень інтернет-захопленості є приблизно однаковим у представників обох статей, але рівень інтернет-залежності серед чоловіків є суттєво вищим. Відсутність респондентів, які не мають інтернет-залежності та інтернет-захопленості може вказувати на наближення даного феномену до соціальної норми.

В результаті проведених процедур апробації опитувальника на дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури була сформована його остаточна версія, що включала сім шкал, які отримали назву «імпульсивність, зараження, наслідування», «мимовільне сприймання», «рефлексивне сприйняття», «критичне сприйняття», «автономізація», «мережева ідентифікація», «мережева інтеріоризація». Наявність статистично значущих кореляцій з рівнем зростання інтернет-захопленості та рівнем прояву непродуктивних соціально-психологічних механізмів дозволило довести конструктну валідність опитувальника.

Емпірична верифікація моделі стихійного формування медіакультури шляхом кореляційного аналізу r Пірсона дозволила виявити низку статистично значущих кореляцій між симптомами інтернет-захопленості та інтернет-залежності і механізмами сприйняття медіаконтенту, механізмами соціально-психологічної взаємодії та медіасоціалізації, що вказує на їх непродуктивне спрямування. Так, статистично значущі кореляції між загальним балом інтернет-залежності зі шкалою опитувальника «Мимовільне сприймання» вказують на роль даного механізму у формуванні стихійної медіакультури захопленого інтернетом підлітка. Непродуктивна дія таких механізмів медіасоціалізації як мережева ідентифікація та мережева інтеріоризація

емпірично підтверджена наявністю статистично значущих кореляцій з симптомами інтернет-залежності. Наявність статистично значущих кореляцій із механізмами медіасоціалізації зі шкалою «Надання перевагу інтернету перед реальним життям» вказують на домінування віртуальної реалізації над об'єктивною. Непродуктивна роль механізмів соціально-психологічної взаємодії наслідування, зараження та імпульсивності підтверджена наявністю статистично значущих кореляцій з симптомами інтернет-захопленості та інтернет-залежності. Від'ємний кореляційний зв'язок між автономізацією та симптомами інтернет-захопленості та інтернет-залежності вказує на його продуктивне спрямування та незадіяність у моделі стихійного формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю.

Збільшення рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності супроводжується статистично значущим зростанням дії непродуктивних соціально-психологічних механізмів зараження, наслідування, імпульсивності, мережевої інтеріоризації, мережевої ідентифікації, мимовільного сприймання, що вказує на їх перевагу в процесі стихійного формування медіакультури. Статистично значуще зниження прояву автономізації разом зі зростанням інтернет-захопленості та інтернет-залежності також доводить непродуктивний характер стихійно сформованої медіакультури. Відсутність статистично значущих відмінностей між рівнем критичного та рефлексивного сприйняття та зростанням рівня інтернет-захопленості свідчить про обізнаність підлітків з критеріями ефективної взаємодії з інтернет-середовищем, що може вказувати на соціально бажаний характер наданих відповідей.

Виділені нами типи інтернет-медіакультури мають непродуктивне спрямування що підтверджується статистично значущим зростанням рівня інтернет-захопленості та інтернет-залежності та проявом непродуктивних соціально-психологічних механізмів разом зі збільшенням схильності до таких виділених нами типів інтернет-медіакультури як пасивне споживання, активне (цілеспрямоване) споживання, пасивне творення (тиражування) та активне творення. Збільшення прояву продуктивних соціально-психологічних

механізмів разом зі зростанням схильності до поміркованого споживання та творення емпірично доводить, що вказані типи медіакультури формуються під дією продуктивних соціально-психологічних механізмів.

Дослідження типів медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю якісними методами дозволило виявити такі характеристики підліткового інтернет-медіасередовища як замкненість, цілеспрямованість, спрощеність, амбівалентність. Встановлено, що культура передачі повідомлень представників типу «Активне творення» формується під дією таких соціально-психологічних механізмів як відтворення, екстеріоризація, соціальне підкріплення та віртуальна емпатія.

Основні результати та положення розділу висвітлені автором в наукових працях [181; 182; 184; 185]

РОЗДІЛ 3

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ДІЇ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ У ПІДЛІТКІВ З ІНТЕРНЕТ-ЗАХОПЛЕНІСТЮ

Представлено процедуру розробки та організації соціально-психологічного експерименту формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю. Зазначено основну мету та завдання експерименту, перелічено його основні етапи та принципи проведення. Обґрунтовано зміст програми розвитку медіакультури, пояснено критерії розробки та добору вправ програми. Проаналізовано хід соціально-психологічного експерименту та продемонстровано основні результати до та після його проведення.

3.1. Зміст і процедура експерименту з вивчення дії соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю продуктивного та непродуктивного спрямування

У другому розділі було представлено результати емпіричного дослідження та проаналізовано прояви соціально-психологічних механізмів продуктивної та непродуктивної дії, які беруть участь у формуванні медіакультури підлітків. Також на основі даних якісного дослідження більш глибоко вивчено та сконструйовано моделі типів медіакультури підлітків, де простежується домінування тих чи інших соціально-психологічних механізмів. Розробка експериментальної програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю потребувала теоретико-методологічного аналізу програм та тренінгів формування медіакультури, переважну більшість яких складають заняття присвячені розвитку медіаосвіти, медіаграмотності та медіакультури. В результаті здійсненого аналізу можна виділити закономірність, яка об'єднує структуру більшості існуючих на сьогодні програм, а саме наявність інформаційної частини на знання історії та теорії медіа, та евристичної, що

базуються на методах активізації критичного та рефлексивного мислення [202; 213; 242; 243]. Базові механізми, які активізуються в процесі формування медіа грамотності особистості – механізми психологічної перцепції. Робота з медіаконтентом має на меті стимулювати критичне та аналітичне його сприйняття на противагу автоматичному поглинанню. Такий метод роботи спонукає до постановки запитань на виявлення істинної мети медіатексту, розкрити приховані впливи, виявити основні цінності, які лежать в основі моделей поведінки, що демонструється в медіа. Об'єктом вивчення медіаосвіти нерідко виступають художні та телевізійні фільми, телепередачі. Вони представляють собою медійний продукт в основу якого покладено певний сюжет з початком кульмінацією та завершенням. Такі твори можуть нести певну естетичну, художню та культурну цінність як, наприклад, деякі шедеври кінематографу [199; 202].

На противагу традиційним ЗМІ, інтернет медіапростір має низку власних особливостей, які варто враховувати в процесі розробки програми розвитку медіакультури підлітка захопленого інтернетом, зокрема його активну участь в якості не лише споживача, а й творця медіаконтенту. Перевірку дії соціально-психологічних механізмів формування медіакультури підлітка з інтернет-захопленістю в умовах цілеспрямованого впливу було запропоновано здійснити із використанням методу соціально-психологічного експерименту. Здійснене емпіричне дослідження підтвердило висунуте припущення, що стихійне формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю відбувається під дією непродуктивних соціально-психологічних механізмів.

З огляду на це можна висунути наступну *гіпотезу* експерименту: активізація таких продуктивних механізмів формування медіакультури як: рефлексивне сприйняття, критичне сприйняття, автономізація сприятиме набуттю вміння виявляти такі механізми непродуктивної дії: як автоатичне сприйняття, імпульсивний рівень регуляції, наслідування, зараження, мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація. Отже, першочерговою *метою програми* є дезактивація дії непродуктивних соціально-психологічних механізмів

формування медіакультури через активацію механізмів продуктивної дії.

Роз'яснення феномену стихійної інтернет-медіакультури передбачає аналіз таких чинників її становлення як різноманітні маніпуляції, мережевого соціально-психологічного впливу та його роль у виникненні масових мережевих тенденцій, які в свою чергу зумовлюють віртуальну трансформацію ідентичності через засвоєння інтернет-цінностей. *Результатом* запропонованого втручання, яке опирається на здатність індивіда виявляти дію непродуктивних соціально-психологічних механізмів через активізацію продуктивних передбачається розвиток такого типу медіакультури як помірковане споживання та творення. Поміркований споживач розглядає інтернет в якості інструменту пізнання та взаємодії, за необхідності він може виступати як споживачем так і творцем певного медіа контенту керуючись при цьому незалежними від масових тенденцій в інтернеті мотивами.

Динамічний та інтерактивний характер інтернет-простору спровокував нові виклики в проблемі розвитку медіакультури. Творення контенту змушує ставити запитання не лише на кшталт “Яка мета/авторство/цінність медіатексту, який ми сприймаємо?”, а “Яка мета/цінність медіатексту, який ми творимо?”. Застосування рефлексивного підходу набуває особливої актуальності саме в умовах взаємодії з мережею, де користувач виступає суб'єктом творення медіатекстів самоактуалізуючись в процесі становлення власної ідентичності. Як продемонстрували результати якісного дослідження, перебування в тісній взаємодії з середовищем інтернету не дозволяє індивіду уникнути його впливів через що механізм ідентифікації реалізовується через наслідування оминаючи автономні мотиви самоактуалізації. Навіть у випадку автономної реалізації ідентичності підлітка в мережі спостерігається високий ступінь захопленості інтернетом та рівень емоційних переживань стосовно власної самореалізації в інтернеті.

З огляду на це важливо окреслити основні *завдання* на яких базуватиметься запропонована нами експериментальна програма розвитку медіакультури підлітка з інтернет-захопленістю:

а) розпізнавання та дезактивація непродуктивних соціально-психологічних механізмів впливу у мережі через актуалізацію механізмів якісного сприйняття інформації та усвідомленню їх негативної ролі у формуванні власної інтернет-медіакультури;

б) всебічний аналіз феномену мережевої ідентифікації та його рефлексивний аналіз;

в) аналіз ціннісного наповнення мережі, виявлення непродуктивної дії механізму інтеріоризації в інтернеті;

г) розвиток саморегуляції як передумови розвитку таких типів медіакультури як усвідомлене творення та усвідомлене споживання.

Теоретику-методологічна основа проведення експерименту базувалась на запропонованому Д. Кембеллом плані №4 який, на думку автора, є найоптимальнішим і найбільш використовуваним для проведення істинного експерименту [76]. Запропонований план передбачає наявність контрольної та експериментальної груп. За словами Д. Кембелла, якісний експеримент демонструє, що ймовірні причина та ефект взаємопов'язані та виключає вплив третьої змінної, якими можна було би пояснити такий взаємозв'язок та виключає альтернативні гіпотези про конструкти, включені в цей зв'язок. Символ X означатиме експериментальну змінну або подію вплив якої підлягає вимірюванню, символ O – деякий процес спостереження або вимірювання, X і O які стоять в одному ряду відносяться до одних і тих же конкретних осіб. Орієнтуючись на запропоновані Д. Кембеллом умовні позначення, була складена наступна схема експерименту:

$$R^1 O' X O''$$

$$R^2 O' O''$$

де R – це рандомізована група, O- експериментальний вимір (O' – до експериментального впливу, O'' – після), X – експериментальний вплив.

Важливою умовою для проведення експерименту виступало забезпечення внутрішньої та зовнішньої валідності. Що стосується висновків про казуальність причини та наслідку, вони мають першочергово базуватись на

відкиданні умов, що становлять загрозу для внутрішньої валідності, а не відкидання альтернативних інтерпретацій операцій з причиною та наслідком, тобто загроз для конструктивної валідності. Тобто опираючись на трактування Д. Кембелла, ми можемо прийти до висновку, що доведення гіпотез емпіричним шляхом має відштовхуватись від чітко обґрунтованої теоретичної (концептуальної) валідності експериментального дослідження. На необхідність обґрунтування концептуальної валідності також вказують Ф. Зімбардо і М. Ляйппе, коли ведуть мову про відображення теоретичного припущення в емпіричному вимірі, що забезпечується розробкою конкретних операцій із вимірювання установок, а не оцінки окремих тверджень [59]. Здійснене нами кількісне та якісне дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури дозволило обґрунтувати гіпотезу дослідження в емпіричному вимірі та на її основі розробити програму соціально-психологічного експерименту, яка опиратиметься на зроблені на даних етапах висновки. Дослідники також вказують на важливість забезпечення змістовної валідності та уникнення змістовних помилок таких як наприклад навмисне підштовхування до певного результату або суб'єктивність оцінки експериментатора. В даному випадку йдеться про «ізоляцію сигналу від фонового шуму». Звідси випливають основні принципи запропонованої нами програми експерименту:

- створення рефлексивного середовища як передумови продукуванню нових смислів на противагу вибору запропонованим експериментатором власних варіантів;
- принцип когнітивного вибору: експериментатор не нав'язує певну форму взаємодії з інтернет-середовищем, а демонструє альтернативні способи такої взаємодії, які можуть бути схвалені та засвоєні підлітком.

З огляду на подальше поширення результатів експерименту важливо дотримуватись умов для забезпечення його зовнішньої валідності. Варто здійснити короткий аналіз чинників, які розглядаються Д. Кембеллом як загрози для зовнішньої валідності. Однією з означуваних Д. Кембеллом загроз для

зовнішньої валідності виступає фон. Це є суттєвою обставиною із урахуванням мінливості інформаційного середовища та швидкого дорослішання учасників експерименту. Важливо окреслити обставини реалізації експерименту. Дослідження медіакультури відбувалося в Україні в період соціальної та політико-економічної стабільності. Також не відзначалося значних технологічних та концептуальних змін в інтернет-середовищі таких як, наприклад, виникнення його нових версій (як було у випадку з Веб 2.0). Іншим суттєвим аргументом стосовно загроз для зовнішньої валідності в дослідженні підліткової аудиторії Д. Кембел виділяв природній розвиток. Невеликий часовий інтервал між замірами до експерименту, реалізацією експерименту та замірами після експерименту суттєво зменшував вплив фактору природнього розвитку. Опитування учасників було проведено безпосередньо перед проведенням експерименту, сам експеримент тривав протягом одного місяця та двох тижнів, фінальне опитування відбулося через місяць після його закінчення.

Планування процедури та змісту експерименту. Отже, після опису умов організації соціально-психологічного експерименту варто перейти до аналізу його процедури та змісту. Впровадження експерименту включало такі етапи як:

Підготовчий, що передбачав наступні кроки:

1. Розробка програми експериментального впливу («Програми розвитку соціально-психологічних механізмів формування медіакультури»)
2. Формування експериментальної та контрольної груп

Основний, який в свою чергу включав:

1. Вимірювання рівня прояву продуктивних і непродуктивних механізмів формування медіакультури та самооцінка підлітків ефективності взаємодії з інформацією в інтернет-середовищі.
2. Реалізація експериментального впливу (проведення занять з учасниками)
3. Контрольне опитування учасників після експериментального втручання з метою оцінки результативності програми.

Аналітичний:

1. Загальний аналіз ходу програми та особливостей прояву активності учасників у виконанні запропонованих вправ.
2. Перевірка можливостей активізації продуктивних та дезактивації непродуктивних механізмів в межах запропонованої нами програми експериментального впливу за результатами контрольного вимірювання.
3. Оцінка ролі перелічених механізмів у експериментальному формуванні поміркованого споживання та творення.

Для розробки програми розвитку медіакультури було важливо врахувати особливості мережевих вподобань цільової аудиторії, яку складають захоплені інтернетом підлітки. З огляду на це запропонована програма мала відповідати наступним принципам, які покликані зробити її ефективною та цікавою для учасників:

- легкість засвоєння матеріалу;
- адаптованість до актуального серед підлітків медіа контенту;
- підтримка високого рівня мотивації учасників;
- забезпечення активної когнітивної діяльності підлітків.

Відповідно до поставлених завдань заняття не мали бути перевантажені великою кількістю вправ аналітичного характеру. Запропонований учасникам матеріал мав відображати динамічну структуру інтернет-середовища та включати найбільш популярні серед підлітків інтернет-активності, які в свою чергу послуговували основним об'єктом для вивчення та аналізу. Також в процесі реалізації програми експериментального формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю планувалося застосувати такі методи для створення рефлексивного середовища як групова та міжгрупова робота. В багатьох дослідженнях рефлексія виступає ефективним механізмом якісної трансформації особистості. Зокрема А. Карпов, І. Морозова розглядають рефлексію як механізм саморегуляції, самоконтролю, самомоніторингу шляхом усвідомленої присутності [70; 71; 127]. Л. Найдьонова та М. Міріманова відзначають роль міжособистісної взаємодії в процесі розвитку рефлексії [123,

136]. Такі дослідники як І. Семенов, С. Степанов, М. Найдьонов, розвивали концепцію спільної рефлепрактики як умови для активізація особистісної та міжособистісної рефлексії з метою реалізації творчої діяльності в колективі [135; 171]. Л. А. Найдьонова в якості ефективного способу протидії маніпуляціям розглядає рефлексивну гру як творчий тип соціальної взаємодії. [153].

Формування експериментальної та контрольної групи відбувалося за такими критеріями: а) наявність інтернет-захопленості; б) однакова кількість дівчат та хлопців; в) однаковий вік учасників, г) однорідний рівень шкільної успішності. Відповідно до перелічених критеріїв контрольна та експериментальна групи були обрані із числа тих, хто має ризик інтернет-захопленості та інтернет-захоплених підлітків (за результатами дослідження рівня інтернет-захопленості на базі тесту С. Чена та шкали «Надання переваги інтернету перед реальним життям» Щипіліної Є.). Групи були однакові за своїми віковими характеристиками, а саме – це були підлітки 12-14 років. В експериментальну групу увійшли 28 учасників, в контрольну – 32. Кількість осіб чоловічої статі становила 18 осіб та 10 жіночої. Контрольна та експериментальна група були обрані серед учнів спеціалізованої школи №148 ім. Івана Багряного в м. Києві. Рівень успішності учнів визначався за результатами опитування вчителів та класних керівників. Початкове та контрольне вимірювання рівня розвитку соціально-психологічних механізмів формування медіакультури здійснювалося із використанням опитувальника з дослідження прояву соціально-психологічних механізмів представленого в параграфі 2.2 та додатку В. Оцінка рівня сформованості типу медіакультури «Помірковане споживання та творення» здійснювалася із використанням анкети самооцінювання учнів за десятибальною шкалою, яка включала наступні критерії ефективної взаємодії з інтернет-медіаконтентом: довіра до інформації, критична оцінка медіа контенту, саморегуляція інтернет-активності; відкритість до отримання нових знань (ставлення до програми формування медіакультури). Анкета містила наступні твердження: 1)Я маю достатній рівень розвитку

критичного мислення 2) Я переважно довіряю тій інформації, що надходить з інтернету та соціальних мереж; 3) Мені вдається розрізняти повідомлення, які мають на меті здійснити вплив на користувачів; 4) Переважна більшість інформації, яку я розміщую в інтернеті корисна для мене і для інших; 4) Мені вдається контролювати час перебування в соціальних мережах (гру в комп'ютерні ігри); 5) Я думаю, що завдяки програмі розвитку медіакультури я зможу більш ефективно аналізувати інформацію в інтернеті; 6) Я і так володію всіма необхідними навиками та знаннями для аналізу інформації в інтернеті.

Заключний етап експерименту передбачав якісний аналіз ходу тренінгу на основі даних спостереження за поведінкою та активністю підлітків та перевірку ефективності запропонованої програми через кількісну оцінку активізації продуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю. Аналіз результатів опитування із використанням t-критерію Стьюдента мав на меті на статистичному рівні зафіксувати в прояві яких соціально-психологічних механізмів відбулися зміни до та після експериментального втручання. Порівняння середнього балу анкет самооцінки до та після проведення програми були спрямовані на визначення ефективності цілеспрямованого впливу програми на здатність учасників сприймати, аналізувати та розповсюджувати медіаконтент в інтернеті, що вказує на тип медіакультури «Помірковане споживання та творення. Застосування критерію U-Мана-Уїтні для визначення статистично значущих відмінностей між хлопцями і дівчатами. Експеримент проводився на базі ЗОШ І-ІІІ ступенів №148 ім. І.Багряного в м. Києві.

Обґрунтування змісту програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю. Основою для розробки програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет захопленістю послуговував здійснений теоретико-методологічний аналіз програм розвитку медіакультури та медіаосвіти в основу якого покладено методи розвитку рефлексивного мислення учасників та створення рефлексивного середовища як сприятливого середовища для творчої та продуктивної активізації взаємодії учасників та

стратегій розвитку критичного мислення. В програму також увійшли авторські вправи, які пройшли експертну оцінку семи фахівців з розвитку медіаосвіти та медіа грамотності в особі працівників лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Експертну оцінку проходили такі вправи як «Моє віртуальне Я», спрямована на оцінку функціонування механізму мережевої ідентифікації та «Універсальні цінності» і «Матриця цінностей» метою яких був вивчення дії механізму мережевої інтеріоризації. Максимальна оцінка, яку могли поставити експерти була 10 балів. Вправи проходили оцінку за такими показниками: 1) зміст вправи (X1); 2) зрозумілість вправ для підліткової аудиторії (X2); 3) можливість розкрити дію непродуктивних соціально-психологічних механізмів (мережевої ідентифікації та мережевої інтеріоризації) (X3); 4) наближеність до актуального серед підлітків медіаконтенту (X4); 5) здатність активізувати критичне та рефлексивне мислення. Обробка експертних оцінок дозволила розрахувати коефіцієнт узгодженості (конкордації), який склав $W=0,76$. Чим ближче W наближається до одиниці, тим вищий ступінь узгодженості. Отримане значення коефіцієнта узгодженості дозволило нам включити вказані вправи в програму дослідження.

Програма складається із дев'яти занять: вступна лекційна частина (означення головних задач тренінгу, визначення поняття медіакультури особистості), циклу занять присвячених аналізу споживання та творення інформації в інтернеті, заняття на рефлексивну оцінку присутності захопленості інтернетом у повсякденному житті підлітка, після якого учасникам пропонується виконання щоденників самостереження мотивації та регуляції інтернет-активності протягом тижня. Одним з етапів програми є дослідження дії механізму інтеріоризації в інтернет-середовищі, який має ключове значення у формуванні медіакультури особистості. Курс завершується фінальним заняттям присвяченому підбиттю підсумків, обговоренню щоденників та запитань до тренера з бланку саморефлексії, а також вправою із написання правил поведінки в інтернет-середовищі для молодших школярів (Повний зміст програми

міститься у додатку Д).

Кожне заняття містило інформаційну та евристичну частини. Перша спрямована на окреслення основної проблематики, дискусійних питань, ознайомлення з метою заняття. Друга передбачає створення рефлексивного середовища в межах якого виконуватимуться завдання на активізацію продуктивних механізмів цілеспрямованого формування медіакультури. Досягнення поставленої мети планувалося із використанням таких методів як міжгрупова взаємодія, колективна групова дискусія. Важливо обґрунтувати принципи добору та адаптації вправ, які застосовувались в програмі формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю.

Вступне (*перше*) заняття мало вигляд міні-лекції, де окреслюється основна проблематика програми курсу розвитку медіакультури. Обговорюється предмет медіакультури, значення і зміст поняття інформації, види інформації. В ході заняття застосовано метод альтернативних суджень («людині (навіть сучасній) не потрібно так багато інформації, а також протилежну їй: «кожен має отримати доступ до максимально більшої кількості інформації»), який спрямований на те, щоб активізувати належний рівень критичного осмислення вказаних тверджень з урахуванням альтернативної позиції, стимулювати дискусійне мислення. В межах евристичної частини заняття предметом аналізу виступає таблиця якостей, які сприяють і захищають від маніпуляцій, розроблена Є. Волковим [37] та адаптована для потреб підліткової аудиторії

Друге заняття включало матеріал про розподіл мережевого середовища на інформаційну та інтерактивну складову, що відповідало нашому припущенню про культуру споживання і творення, а також визначало подальшу структуру програми. Вказане заняття було присвячено аналізу культури споживання, а саме типу медіакультури «Пасивне споживання». З огляду на розуміння пасивного споживання як фрагментарного типу медіакультури, основним завданням виступав розвиток здатності систематизувати інформацію у загальному потоці інтернет-медіаконтенту. Для виконання поставленої задачі було запропоновано вправу «Інформаційне меню», яка передбачала

класифікацію новин «за смаком»: солодкі, гіркі, гідкі, підсолоджені. Систематизований перелік новин наступним піддавався подальшому аналізу із застосуванням методу «Вузьких та широких запитань» («Говстих та тонких запитань») запозичений із евристичної технології розвитку критичного мислення авторства американських вчених Ч. Темпла, К. Мередіт, Д. Стілла та адаптований до потреб програми експериментального розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю [178]. Виконання вказаної справи шляхом колективного обговорення мало на меті розвиток навиків критичного мислення через розширення кола запитань в процесі сприйняття інтернет-медіаконтенту («Чому саме така кількість новин присвячена певні проблематиці, чому вони носять такий характер, на яку аудиторію спрямовані, які цінності пропагують тощо). Такий підхід дозволить окреслювати стереотипні рамки, що застосовуються в інтернеті по відношенню до особистості та її соціально-психологічного оточення, виявляти приховані впливи в інтернеті та їх мету. В межах вивчення «пасивного споживання» планувалося продемонструвати те, що попри хаотичне сприйняття медіа контенту споживачем, він все ж має певну структуру та домінуючі теми, які можуть передбачати певні форми впливу на аудиторію. З огляду на це важливо було сформулювати у підлітків вміння цілісно оцінювати наповнення мережі та встановлювати закономірності на протипагу спонтанному та імпульсивному споживанню інформації.

Наступне, *третьє*, заняття модулю «Пасивне споживання» присвячене виявленню прихованого та очевидного впливу в мережі через оцінку дії певних непродуктивних соціально-психологічних механізмів. Перша частина заняття розпочинається із вправи-розминки на переконання «З'їж цукерку», мета якої на афективному рівні активізувати механізми опору зовнішньому впливу та відчуття, які з цим пов'язані [198]. Для підлітків важливо відчутти різницю між соціальним впливом, який здійснюється із застосуванням відповідних емоційних важелів та прихованими маніпуляціями інтернет-середовища. Заняття присвячено детальному обговоренню маніпуляції та механізмам завдяки яким вона можлива (навіювання через мимовільне сприймання). В

межах евристичної частини із застосуванням методу групової роботи планується аналіз новини-фаворита на предмет очевидного та прихованого змісту та впливу. Стимуляція групової та міжгрупової взаємодії сприятиме створенню належного рефлексивного середовища для активізації продуктивних механізмів формування медіакультури таких як критичне та аналітичне сприйняття. Підліткам пропонується розширити власну щоденну практику споживання інформації від констатації її очевидного змісту до виявлення прихованого впливу медіаповідомлення.

Четверте заняття присвячене роботі з типом медіакультури «Активне (цілеспрямоване) споживання» мало на меті навчити підлітків відслідковувати механізми впливу інтернет-сервісів на формування власних вподобань та вибору контенту в інтернеті. Заняття розпочинається з адаптованої версії ігрової вправи, яку ми назвали «Нав'язливе дзеркало» [138]. Мета вправи — активізація емоцій, які супроводжуються дією механізму наслідування та зараження. Попри переконливе уявлення багатьох підлітків про автономність власного вибору, вони мають оцінювати роль таких механізмів як зараження та наслідування у формуванні власних вподобань та особистісної інтернет-медіакультури.

В межах інформаційної та евристичної частини планувалося обговорення цілеспрямованого звернення користувача в інтернет та можливе походження його інтересів, які можуть носити специфічно індивідуальний характер, а також бути спровоковані популярними тенденціями, які за інших умов не викликали би інтересу в певного індивіда. Із застосуванням методу групової роботи та подальшої групової дискусії учасникам пропонувався провести аналіз індивідуального медіапростору, який сформувався в межах конкретної інтернет-активності (медіакультурне коло) та спробувати описати автора повідомлення за переліком відео на сервісі YouTube. Опираючись на віртуальні вподобання користувача скласти його реальний портрет слідуючи запропонованій схемі (додаток Г, заняття 4). В межах даної вправи для підлітків важливо оцінити вплив масових тенденцій на формування медіакультури особистості відображеної типом активного (цілеспрямованого) споживання.

П'яте заняття було присвячено типу медіа культури «Пасивне творення (тиражування)», який знайшов широке відображення серед підлітків. Провідним механізмом його формування було визначено наслідування через копіювання і поширення медіаповідомлень. Основна мета заняття – усвідомлення сили соціального впливу на власну віртуальну поведінку, розпізнавання механізму наслідування. Для рефлексивної розминки було обрано вправу “Коридор просвітлення”, покликану активізувати емоції підлітка пов'язані із соціальним впливом на нього, а також оцінити власну здатність сприймати соціальний тиск. Евристична частина заняття була присвячена колективному аналізу медіаконтенту, який активно наслідується молоддю з метою його критичного розуміння. Для прикладу було обрано фрагменти відео з YouTube каналу відомого блогера Pie Die Pie, що є світовим лідером за кількістю підписників та яскравим прикладом реалізації механізму наслідування (following). Хаотичний і мозаїчно сформований відеоряд пропонувалося проаналізувати під аналітичним кутом зору із використанням запропонованого Л. Мастерманом принципу аналізу медіаповідомлень: хто його автор, основна тематика, мета, які цінності пропагує медіаповідомлення та на яку аудиторію розраховане.

В межах занять присвячених пасивному творенню, велика увага приділялась розгляду соціальних мереж як інтерактивного каналу комунікації та самореалізації підлітків. Інтернет характеризується нами та багатьма дослідниками як середовище із короткостроковою часовою перспективою [141; 156; 161]. Така особливість його функціонування становить серйозні перешкоди для розвитку далекоглядного мислення в дітей та підлітків. Враховуючи дану обставину підліткам було запропоновано вправу під назвою «Футуристичний прогноз»(на базі таблиці «+», «-», «?» авторства Е. Де Боно) [23], яка мала на меті спрогнозувати майбутні перспективи соціальних мереж. Розглядаючи соціальні мережі в такому контексті учасники мали змогу отримати більш глибокі знання стосовно їх структури та особливостей функціонування.

Шосте заняття присвячене «Активному творенню» більшою мірою спрямоване на аналіз того типу медіакультури, який ми означили як творення

через ідентифікацію. Більшість представників такого типу медіакультури є творцями власного медіакультурного середовища, та мають послідовників. Виконання вправи «Моє віртуальне Я» спрямоване на активізацію рефлексивного осмислення дії механізму мережевої ідентифікації та його ролі в створенні медіакультурного образу підлітка. В основу вправи лягла класифікація стилів індивідуальної комунікації в інтернеті І. Підгірної (компенсаторний (викривлює дійсність), синхронний (відображає дійсність) та комплементарний (частково відображає дійсність)) [149]. Через виконання даної вправи учасник отримав змогу виявити можливі причини дисонансу між реальною та мережевою ідентифікацією підлітка, що призводить до її дифузного спрямування. Об'єктивний аналіз власного мережевого образу передбачав створення передумов для виявлення та дезактивацію непродуктивних механізмів, які мають вплив на формування медіакультури підлітка.

Темою *сьомого* заняття став аналіз учасниками власної повсякденної активності з метою непрямої оцінки ролі в ній інтернет-активності. В межах заняття учасникам було запропоновано виконати вправи «Відчуття часу» (рефлексивна розминка) та «П'ять запитань до себе» [121]. Вправа «П'ять запитань до себе» була запозичена з навчально-методичного посібника спрямованого на розвиток критичного мислення авторства О. Мерзлякової та адаптована згідно поставлених нами цілей. Результати виконання вправи планувалося проаналізувати методом контент-аналізу на предмет виявлення місця інтернету в повсякденній активності підлітка.

В межах більш поглибленого дослідження проблеми інтернет-захопленості підліткам було запропоновано протягом тижня виконати щоденник самоспостереження, який передбачав два завдання: фіксацію інтернет-активностей, якими хочеться скористатися найбільше (протягом чотирьох днів) та зменшення користуванням інтернетом до однієї години на день (протягом трьох днів). Учасник мав письмово зафіксувати свої емоції, переживання, успіхи та невдачі пов'язані із виконанням завдань. Основною

метою вправи «Щоденники» були перевірка та формування здатності до вольової регуляції як продуктивного механізму розвитку медіакультури.

Восьме заняття курсу було присвячено дослідженню дії механізму інтеріоризації. Перед дослідником стояло завдання вивчення характеру засвоєних з інтернет-середовища цінностей та ступеню усвідомлення їх впливу на особистісну та загальну інтернет-медіакультуру. З огляду на те, що цінності є невід'ємною складовою формування будь-якого культурного простору, в тому числі інформаційного, перед виконанням вправи передбачалося обговорення того, що таке цінності і яку роль вони відіграють для сучасного підлітка. Предметом аналізу виступили провідні ціннісні орієнтири, які сформувались в суспільстві під впливом інтернету та їх вплив на індивідуальну систему цінностей. З цією метою учасникам пропонувалось виконати вправи спрямовані на аналіз дії механізму мережевої інтеріоризації через рефлексивну оцінку особливостей віртуальних та традиційних цінностей. Перша вправа «Матриця цінностей» передбачала аналіз динаміки змін індивідуальних цінностей особистості під впливом інформаційного середовища. З цією метою учасникам було запропоновано здійснити класифікацію низки цінностей за принципом актуальності та озвучити, який саме список виступає в якості ціннісного орієнтиру для них самих. Певні запропоновані у списку ціннісні установки, наприклад, «бути популярним», «бути в тренді», «не перейматися думкою інших» мають безпосередній вплив на формування медіакультури масової користувачької аудиторії.

Вправа «Універсальні цінності» була спрямована на оцінку ціннісних трансформацій в глобальній перспективі. Для досягнення цієї мети було запропоновано здійснити порівняльний аналіз двох ціннісних парадигм – специфічних для певних культур традиційних цінностей (європейської, американської, азійської та української) та медіацінностей характерних для мережевого середовища. В основу вправи було покладено список термінальних цінностей Ш. Шварца, який, на нашу думку, найкраще відображає як специфічні так і універсальні (глобальні) цінності [69]. Метою виконання вправи було

виявити та проаналізувати сформовані в інтернет-середовищі цінності засвоєння яких в майбутньому може призвести до створення уніфікованої глобальної соціокультурної парадигми, та чи може така тенденція нести загрозу для втрати унікальності та різноманіття окремими культурами.

Фінальне заняття передбачало підбиття підсумків курсу, обговорення труднощів виконання «Щоденників». В якості заключного етапу учасникам курсу пропонувалося написати правила користування інтернетом для молодших школярів. Виконання цього завдання передбачало активізацію міжособистісної рефлексії як одного із методів цілеспрямованого формування медіакультури підлітків. Набуваючи ролі розробників медіакультури, підлітки отримали змогу більш глибоко проаналізувати та засвоїти основні принципи ефективної взаємодії з інтернет-простором.

Після здійснення експериментального впливу через реалізацію представленої вище програми планувалося здійснити контрольні заміри рівня розвитку соціально-психологічних механізмів в обох групах учасників із використанням авторського опитувальника на дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури та анкети самооцінки, яка включала критерії характерні для поміркованого споживання та творення інформації.

3.2. Оцінка ефективності впровадження експериментальної програми розвитку медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю

Важливим етапом дослідження є аналіз даних спостереження за активністю та поведінкою учасників в ході проведення програми формування інтернет-медіакультури, а також оцінка ефективності експериментального втручання шляхом кількісного порівняння результатів первинного та фінального опитування. Аналіз підліткової активності здійснювався за такими критеріями як загальний соціально-психологічний клімат та поведінка підлітків під час реалізації програми експериментального втручання.

Загальний соціально психологічний клімат. Спостереження в середині групи захоплених інтернетом підлітків продемонструвало їх розподіл на тих, які проявляли високий та низький рівень мотивації до участі в програмі. Такий розподіл відбувся за критерієм інтернет-активності та мережевими інтересами учнів: ігри, соціальні мережі, перегляд відео. Для групи учасників з високим рівнем мотивації характерне використання інтернету як засобу самореалізації та комунікації, вони є активними користувачами соціальних мереж та інших інтерактивних сервісів таких як, наприклад, «Телеграм». Вказані учні продемонстрували найбільший творчий потенціал в роботі із представленими у програмі вправами. Проте важливо зауважити, що попри високий рівень активності та здатності критично оцінювати інформацію в мережі таким підліткам не завжди вдавалося виявляти деструктивний вплив інтернет-середовища. Крім цього вони не володіють достатнім ступенем автономності по відношенню до змістовного наповнення мережі, що проявляється в одностайності позитивних або негативних оцінок популярних мережових тенденцій (підліток висловлює ту точку зору, яка збігається з більшістю). Інша група підлітків, яка переважно складалась з осіб чоловічої статі, відзначалася низьким рівнем активності, труднощами у формулюванні різноманітних суджень та здатності критично оцінювати як медіа контент так і власну мотивацію до його використання. Такі підлітки, кількість яких сягала близько п'яти-шести осіб, як правило, займали відособлену від іншої аудиторії позицію та надавали перевагу грі у відеоігри на мобільному телефоні під час заняття.

Аналіз ходу програми на основі даних спостереження. Спостереження за роботою учнів під час проходження програми розвитку медіакультури дозволило виявити низку особливостей поведінки, інтелектуальної та емоційної активності підлітків з інтернет-захопленістю, що надало можливість проаналізувати специфіку цілеспрямованого та стихійного формування їх мережевої медіакультури на якісному рівні.

Як зазначалося раніше, заняття програми розвитку медіакультури містили як ігрові елементи так і вправи спрямовані на інтелектуальну роботу.

Передбачалося, що вправи ігрового характеру викличуть вищий рівень зацікавлення серед підліткової аудиторії, але як з'ясувалося в процесі роботи, виконання теоретично-аналітичних завдань часто супроводжувалося більшим інтересом. На нашу думку, це пояснюється тим, що візуально-текстуальне наповнення мережі сприяє розвитку мислення у напрямку конкретних предметних категорій, які переважають над фантазійно-абстрактною складовою. Спостерігається певне «приглушення» емоційної взаємодії між підлітками, зниженням рівня «живих емоцій», що також можна відзначити як рису сучасної інформаційної культури, яка знаходить своє відображення в конкретному наборі фізичних індикаторів прояву поведінки молодого покоління користувачів (зовнішній вигляд, фізична форма, одяг, спортивні та інші досягнення).

На етапі ознайомлення з курсом, аналізуючи поняття медіакультури та медіаграмотності, частина учасників з низьким рівнем мотивації до участі в програмі, як і очікувалося, неохоче сприймала теоретичний матеріал. Більшості підлітків було важко зрозуміти поняття медіаграмотності та медіакультури не як технічний навик, а як форму інтелектуальної стратегії поведінки особистості. Учасники не могли означити критерії медіакультури та якими здібностями має володіти особистість з високим рівнем медіакультури. Серед чинників, які роблять користування інтернетом безпечним для людини, були висловлені твердження про технологічний захист, встановлення паролів та інше. Проте в ході застосування методу групової дискусії, все ж було озвучено, що медіакультура покликана надавати знання оцінювати інформацію на достовірність та правдивість. Аналізуючи медіаактивність сучасних підлітків більшість погодилася, що вона носить розважальний характер.

В процесі роботи над модулем «Пасивне споживання» під час обговорення маніпуляції в інтернеті та її проявів (виявлення та дезактивації соціально-психологічних механізмів непродуктивної дії), не всі учні розуміли зміст поняття «маніпуляція». Лише деякі учасники відповіли, що відчували сторонній вплив в мережі. На запитання, чи помічав хтось зміни у роботі пошукової системи Google, більшість підлітків почали описувати її дизайн та

зовнішній вигляд. В процесі колективного обговорення була висловлена думка, що мова йде про спрощення у користуванні різноманітними інтернет-сервісами. На прохання проаналізувати можливі переваги та недоліки все більшого спрощення у користуванні інтернетом, основна маса аудиторії відзначила, що особисто для них такі зміни є позитивними. Учасникам було важко відповісти на запитання про можливі негативні наслідки, але прозвучала думка, «що все більша простота в користуванні інтернетом робить сучасних дітей і підлітків лінивими». В імprovізованому обговоренні подальшого зниження застосування власних зусиль сучасною людиною, мова зайшла про «штучний інтелект», як найбільш яскравий приклад втілення такої ідеї. Велика кількість учасників висловила своє негативне ставлення до цього феномену, але були й такі, що схвалювали його роль у майбутньому розвитку людства. Показовим є те, що відповідаючи на запитання про відмінності штучного інтелекту від людини, підлітки відзначили здатність виконувати інтелектуальні операції, але не вказали на відсутність емоцій та почуттів у машинного мислення. В обговоренні альтернативних тез про значення інформації для людини (додаток Г,), більшість учасників були прихильниками тези: «Кожен має право отримати якомога більше інформації». Один з підлітків висловив думку, що оволодівши всією інформацією – оволодієш світом, але при цьому не було окреслено в чому полягає цінність інформації та подальші можливості її застосування. Робота з таблицею якостей, які захищають або сприяють маніпуляції, викликала доволі високий інтерес у групи підлітків з високим рівнем мотивації до участі в програмі. Застосування методу колективної дискусії сприяло швидкому та ефективному виконанню завдань вправи (поєднання протилежних за змістом якостей, які сприяють або заважають маніпуляції).

Під час другого заняття підлітки висловлювали подібні погляди на розподіл «страв-новин» з «Інформаційного меню» по тарілках за критерієм корисних, шкідливих, гірких, солодких, гидких, приправлених та страв без смаку (додаток Г). Але учасникам було важко відповісти на запитання, чи помічають вони домінування певних тем і тенденцій в соціальних мережах та

серед загального переліку новин (наприклад, таких як пропаганда і реклама певних стандартів зовнішності, глобальні катаклізми, нещасні випадки, кримінальні хроніки). Варто окремо зауважити, що так саме як на етапі проведення фокус-груп проблемою стало визначення і розуміння феномену стереотипу, з огляду на що учням було важко розрізняти повідомлення стереотипного характеру та окреслювати основні стереотипи сучасного інтернет-простору. Загалом, виявилось, що підлітки проявляють низький рівень зацікавленості до новинного контенту, та не застосовують в достатній мірі навички його аналізу. Високий рівень ефективності в активізації критичного та рефлексивного мислення продемонструвало виконання вправи з аналізу «Новини-фаворита» на предмет прихованого змісту та прихованого впливу (активізація механізмів продуктивної дії). В якості такої новини було обрано інформаційне повідомлення про зниження демографічних показників та зростання рівня смертності серед українців. В результаті застосування методу міжгрупової взаємодії (створення рефлексивного середовища) учням вдалося розкрити багато прихованих інтерпретацій вказаної новини: мотивація українців до збільшення рівня народжуваності, зменшення відтоку населення закордон, дотримання безпеки на дорогах, піклування про стан власного здоров'я.

На етапі роботи над модулем «активне творення», великий інтерес учасників викликала вправа «Нав'язливе дзеркало». В процесі обговорення вправи були озвучені проблема регулярного нав'язування підліткам певного контенту з метою формування специфічних моделей поведінки. Досить успішно було виконано вправу зі складання особистісного портрету на основі вподобань з YouTube: учасники визначили статтю особи (чоловіча), мережеві вподобання (let's play, стиль музики яким захоплюється, любов до танців), також учні вірно назвали ймовірну спеціальність автора сторінки. Підлітки вказали на те, що їм вдалося досить легко розпізнати характер активності автора сторінки через популярність відео розміщених на ній, що свідчить про те, що мережеві інтереси даної особи є не унікальними, а сформувались в

результаті наслідування інших.

На етапі роботи з модулем «Пасивне творення» найбільше учасників, у порівнянні з іншими, активізувала вправа «Коридор просвітлення», в якій переважна більшість підлітків виявила готовність вислухати критику на свою адресу. Проблема публічної критики в інтернеті є часто обговорювано в середовищі школярів. Активне користування соціальними мережами трансформувало феномен критики з негативного в позитивний інструмент за допомогою якого можливо підвищити власну популярність в інтернеті. Попри це більшість учасників погодилася, що вони продовжують боляче реагувати на образи як в реальному житті так і у віртуальному просторі та стараються уникати тих ситуацій, де вони можуть бути розкритиковані (персональні сторінки закритого типу, закриті групи тільки для друзів). В колективному обговоренні проблеми наслідування, підлітки відзначили фактичну її сторону: підписку на популярні сервіси, відомих блогерів, стрімерів інше. Вони визнають, що сучасній молоді характерне копіювання певних моделей поведінки та підхоплення загальних тенденцій. «Якщо в когось на телефоні з'являється нова гра, то протягом короткого періоду часу вона з'являється у всього класу». Одна з учасниць означила цей процес як «зараження».

Аналіз фрагментів YouTube відео авторства найбільш популярного блогера Pie Die Pie продемонстрував обізнаність учнів із специфікою інтернет-медіакультури, знання різноманітного сленгу, який використовується в мережі. Учасники більше описували відео з його предметного, а не смислового боку, прив'язуючись до конкретних назв, а не характеристик сюжету та його автора. На думку учнів такі відео створюються з розважальною та комерційною метою та не несуть жодної цінності для аудиторії. Підлітки висловили згоду з тим, що соціальні медіа можуть бути джерелом поширення певних моделей поведінки, але зазвичай вони не задумуються над тим, чи вкладає автор у власне відеоповідомлення певну приховану мету, наприклад бажання впливати на думку своїх підписників.

На прикладний характер мислення сучасних підлітків також вказує аналіз

виконання вправи «Футуристичний прогноз» (додаток Г), де учасники аналізують майбутнє соціальних мереж за критерієм їх форми («можливо, якась голограма»), а не комунікативними та пізнавальними характеристиками, що полягають в появі нових функцій, які викликатимуть посилений інтерес. В процесі обговорення ролі комунікації в соціальних мережах ця риса відзначається як ключова, заради якої соціальні мережі продовжать своє існування. Серед ознак втрати інтересу аудиторії до соціальних мереж підлітки відзначили мало новизни, що проявляється у постійній повторюваності інформації.

Аналіз виконання вправи «Моє віртуальне Я». Найбільш популярною формою віртуальної самопрезентації серед підлітків є сторінка у соціальних мережах (Tik-Tok, Instagram, Discord, Amino, Telegram), рідше комп'ютерний персонаж. Більшість учасників зазначила, що їх віртуальний образ повністю співпадає або частково співпадає з реальністю. Контент-аналіз відповідей респондентів продемонстрував, що мета його створення в основному має зовнішню орієнтацію: привернути до себе увагу, стати популярним, пізнати світ по той бік екрану, розважатись, слідкувати за кумирами, знаходити нових друзів, рідше – спілкування між собою. Часто, характеризуючи власну мережову презентацію учасники наділяли її абстрактними рисами такими як терплячість, стриманість, зацікавленість. Серед дофантазованих рис, якими підлітки зазвичай наділяють свій мережовий образ переважають такі як веселість, демонстрація емоцій попри все, прикрашення зовнішності. Тобто, зі сказаного можна зробити висновок, що в очах підлітків віртуальний простір виступає середовищем, де можна сформувавши найкраще враження про себе, а не інші форми самовираження особистості, що підтверджує наше припущення про ціннісне ставлення сучасних підлітків до інтернету. Наділення власного «віртуального Я» рисами характеру, реалізація яких у віртуальному просторі неможлива (доброта, щирість, спливість, співчуття) також підтверджує, що мережева ідентичність виступає цінністю для її автора. Підлітки зазвичай вигадують риси віртуального образу переважно з метою прикрасити

повсякденне життя (фото подорожей, аксесуарів, квітів, автомобілів, ефектні знімки, що справляють враження), здобути популярність, підвищити свій статус серед однолітків, надати вагомості власним ідеям і переконанням, які поширюються у власноруч створених віртуальних групах. Одна з учасниць описала свій віртуальний образ наступним чином: «Моє «віртуальне Я» – це веселий підліток, який поспішає за трендами, цей образ змушує мене усміхатись». В уявленні підлітків – віртуальна самопрезентація має носити виключно позитивні риси (серед відповідей нерідко зазначено – не показувати сум, завжди тільки веселий настрій). Виконання вправи виявило дихотомію реального та віртуального образу підлітка та наявність емоційних переживань в процесі його мережевої ідентифікації.

Дослідження предмету медіакультури та механізмів її формування неможливе без вивчення ціннісно-сислової сфери підлітка, яка розвивається в умовах активної інтернет-соціалізації. Як було зазначено раніше, з цією метою було розроблено вправи покликані зафіксувати зміни в ціннісних установках підлітків з інтернет-захопленістю, які сформувалися під впливом мережі. За результатами проведення практичних завдань варто відзначити, що для підлітків характерно в більшій мірі ідентифікувати індивідуальні цінності ніж загальносуспільні. Вправа «Матриця цінностей» (додаток Г, заняття 7) викликала жвавий інтерес в учасників та високу активність у її виконанні. Під час виконання вправи до переліку цінностей, які набули актуальності учасники віднесли такі як: гарно виглядати, легко досягати мети, бути популярним, глибоко мислити, допомагати іншим, не перейматись думкою оточуючих, багато заробляти, твердо знати чого хочеш, бути в тренді. До списку цінностей, що втратили актуальність потрапили такі як: старанно вчитись, важко працювати, багато читати, допомагати іншим, бути релігійним, бути терплячим, працювати на благо інших. Більшість учасників зазначила, що їм притаманні цінності з переліку актуальних. Відхід від гуманістичних ідеалів в сторону більш прагматичних та матеріальних цінностей засвідчує значний вплив мас-медіа на ціннісно-сислову сферу сучасного підлітка. .

Під час виконання вправи «Універсальні цінності» (додаток Г, заняття 7) учасники змогли визначити відповідний перелік цінностей характерний для кожного із запропонованих нами типів культури (американська, європейська, азійська, українська). «Зріле кохання», «стабільність суспільства» характерні для європейського суспільства; «рівність» та «безпека нації» для американського, «внутрішня гармонія», «духовне життя», байдужість до мирських турбот – для азійського. Українському суспільству, на думку учнів, притаманні такі цінності, як «повага до традицій», безпека сім'ї та близьких», «мир у всьому світі». Останні дві, за словами учасників, набули особливої актуальності через соціально-політичні події в державі. До переліку цінностей реалізація яких можлива в інтернет-просторі, були віднесені такі як «рівність», «творчість», «задоволення», «влада», «цікаве життя», «свобода», «новизна», «суспільне визнання». Підлітки погодились з тим, що кожна культура має зберегти цінності, притаманні лише їй. Попри те, що учасникам було важко оцінити рівень трансформацій суспільства під дією масмедіа, вони відзначили силу впливу мережі на розвиток глобальних процесів, а також її здатність впливати на суспільний та культурний розвиток людства.

Завдання «П'ять запитань до себе» було спрямоване на оцінку рівня розвитку рефлексивного мислення учасниками програми шляхом аналізу власної повсякденної активності. Аналіз відповідей респондентів надавав змогу виявити, яке значення відіграє інтернет в щоденному житті учнів. Перед виконанням даного завдання було запропоновано пройти вправу «Відчуття часу». В колективному обговоренні учасниками було висловлене припущення, що метою вправи була активізація обговорення того, як сильно інтернет змінив ставлення до часу в сучасному світі. Частина підлітків погодилася, що вони нераціонально використовують свій час та занадто багато витрачають його в інтернеті. Під час цього обговорення вдалося виявити групу, яка відзначалася активним запереченням, рисою, притаманною захопленості та залежності. На думку таких підлітків, перебування в інтернеті не заважає їм встигати виконувати усі інші заплановані справи. Ці учні виказують позитивне ставлення

до відеоігор і переконані, що вони мають виключно розвиваючий характер і сприятливо впливають на розвиток інтелекту особистості. Також вказані підлітки з недовірою ставляться до наукових фактів, що свідчать про небезпеку комп'ютерних ігор.

За результатами обговорення виконання вправи «П'ять запитань до себе» учасники відзначили, що інколи спостерігають вплив інтернету на власний настрій, що неодноразово траплялися реальні конфлікти через віртуальні ситуації (невдалий коментар, навіть, через відсутність лайку від подруги). Учні відзначили, що інтернет може провокувати такі відчуття як заздрість, зверхність по відношенню до однолітків, почуття ворожнечі. Контент-аналіз письмових відповідей продемонстрував наступний розподіл щоденних активностей за значенням для підлітків: 1. Сім'я. 2. Друзі. 3. Школа 4. Інтернет.

Варто відзначити високий рівень мотивації учасників до виконання фінального заняття, присвяченого розробці правил користування інтернетом для молодших школярів. Показовим було те, що розроблені учнями правила переважно стосувалися прикладних та технічних аспектів медіакультури: використання паролів, встановлення програм на телефоні, які дозволяють регулювати кількість часу, проведеного в інтернеті. Також учасники зауважили про важливість контролю з боку батьків та старших братів та сестер за молодшими школярами. Вказали на необхідність роз'яснення комунікативного аспекту безпеки: не розпочинати спілкування з незнайомими особами в мережі. Крім цього підлітки зазначили, що готові поділитися досвідом власних помилок, чого не варто робити в інтернеті, наприклад, не здійснювати «донацій» (фінансових пожертв) на підтримку різноманітних інтернет-сервісів або окремих осіб.

Аналіз результатів вправи «Щоденники», яку учасники програми виконували самостійно, продемонстрував низьку мотивацію до участі в ній. Лише невелика кількість учнів (6 осіб) справились з поставленими завданнями. Деякі учасники вказали, що не змогли дотримуватись запропонованих правил та користувались інтернетом як раніше. Такий підхід свідчив про недостатній

розвиток саморегуляції та відсутність усвідомлення її ролі у користуванні мережею. Кілька осіб відзначило власні успіхи, яким їм вдалося досягти дотримуючись завдань визначених вправою «Щоденники». В першу чергу це стосувалося використання соціальних мереж, а саме скорочення загального часу перебування в них. Кілька осіб зазначили, що почали користуватися програмою, яка вказує на кількість часу проведеного в соціальних мережах з метою знизити тривалість власного перебування в них.

Інтернет-захопленість розглядалася нами як феномен, який сформувався через низький рівень медіакультури. На основі аналізу даних спостереження за активністю та поведінкою учасників під час всього періоду тривалості програми можна зробити висновок про психологічні та соціально-психологічні зміни, які ймовірно сформувалися внаслідок інтернет-захопленості та супроводжують стихійне формування медіакультури підлітків захоплених інтернетом.

Психологічні зміни:

1. Когнітивна сфера:

а) розвиток ерудиції переважає розвиток рефлексивності. У роботі з учнями відчувалась певне інтелектуальна перенасиченість, яка, на нашу думку, є наслідком надмірної ментальної стимуляції. Ми можемо припустити, що активна взаємодія із сучасними технологіями перевантажує інтелект сучасних підлітків. Проблема надмірної ментальної стимуляції та передчасне інтелектуальне виснаження призводить до втрати інтересу до подальшого пізнання і різноманітних видів активності.

б) спостерігаються ознаки синдрому дефіциту уваги: підлітки легко переключають увагу, але довго обдумують відповіді;

2. Афективна сфера:

- пропри фізичну та інтелектуальну активність спостерігається певна емоційна в'ялість та відсутність жвавого інтересу у багатьох підлітків. Більшість учасників програми словесно відзначили такі свої риси як лінощі та низький рівень інтересу до навчання. Деякі з них висловили припущення про

взаємозв'язок такого свого стану із користуванням інтернетом, який значно спрощує можливості до пошуку і пізнання. Зниження емоційних реакцій та емоційної активності також можна пояснити особливостями інтернет-середовища, яке постійно апелює саме до цієї сфери користувача, що в майбутньому може спровокувати виснаження афективних резервів особистості.

Соціально-психологічні зміни:

3. Зниження мотивації до пізнання. На основі даних спостереження за роботою підлітків спостерігалось чітке виокремлення групи підлітків захоплених комп'ютерними іграми переважно чоловічої статі (близько п'яти-шести осіб з двадцяти восьми учасників експерименту), які проявляють невисокий рівень мотивації до навчальної та ігрової активності реалізованої в ході тренінгу.

4. Інтернет-медіакультура для сучасних підлітків не виступає в якості естетичного чи інтелектуального феномена для задоволення духовних та пізнавальних потреб, вона є видом прикладної активності, що спрямована на досягнення конкретних цілей (розваги, самореалізація, комунікація (часто беззмістовна), отримання певного виду інформації) або безцільного проведення свого часу.

Після проведення програми з формування медіакультури було здійснено замір даних в контрольній та експериментальних групах із використанням авторського опитувальника з вимірювання дії соціально-психологічних механізмів формування медіакультури та проаналізовано отримані результати. Крім цього учасники повторно заповнили анкету самооцінки ефективності взаємодії з інформацією в інтернет-середовищі.

Статистична оцінка рівня розвитку продуктивних та непродуктивних механізмів формування медіакультури. Згідно окресленої нами мети програми відбулися заміри в експериментальній та контрольній групі до та після проведення програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю. Аналіз прояву дії соціально-психологічних механізмів в дівчат та хлопців за критерієм U-Мана-Уїтні не виявив статистично значущих

відмінностей. Аналіз середніх значень для залежних вибірок за критерієм t-Стюдента зафіксував низку статистично значущих відмінностей в прояві дії деяких продуктивних та непродуктивних соціально-психологічних механізмів, що показано на таблиці (див табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Прояв соціально-психологічних механізмів до та після проведення експериментальної програми цілеспрямованого формування медіакультури

Назва механізму	Експериментальна група(N 28)			Контрольна група (N 32)		
	Mean (до)	Mean (після)	Sig	Mean (до)	Mean (після)	Sig
Наслідування, зараження, імпульсивність	2, 55	2,06	,016	2,37	2,03	0,270
Мережева ідентифікація	2,64	2,19	,043	2, 21	2,07	0,420
Рефлексивне сприйняття	3,43	3, 30	, 335	3,32	3,25	0,576
Критичне сприйняття	3, 04	3,47	,038	2,09	3,06	0,138
Мимовільне сприйняття	2,76	2,16	,014	2,74	2, 53	0,86
Автономізація	2,96	2,88	,617	2,91	3,06	0,288
Мережева інтеріоризація	2,74	2,18	,023	2,37	2,46	0, 520

Серед механізмів, які продемонстрували зростання в експериментальній групі (M=3,04(до), M=3,47 (після), $p \leq 0,038$) на фоні контрольної (M=3,09 (до), M=3,06 (після), $p \leq 0,138$) можна відзначити зростання рівня критичного сприйняття. На етапі кількісного дослідження критичне сприйняття було тим механізмом, який не продемонстрував статистично значимих змін залежно від рівня інтернет-захопленості M=3,1 (мінімальний схильність до інтернет-залежності) M=2,98 (схильність до формування-залежності (інтернет-захопленість) M=3,11 (інтернет-залежність)), але наявність зворотніх кореляційних зв'язків між критичним сприйняттям та загальним балом з інтернет-захопленості вказувало на достовірний вибір змінних дослідження критичного сприйняття як механізму продуктивної дії. Можна припустити, що

зростання рівня критичного сприйняття в експериментальній групі порівняно з контрольною відбулося внаслідок позитивного впливу рефлексивної взаємодії учасників в процесі аналізу особливостей споживання інформації в інтернет-просторі. Також варто зауважити, що отримані дані цілком відповідають спостереженням за когнітивною активністю підлітків в межах програми, що супроводжувалася зростанням їх здатності критично оцінювати та аналізувати медіаконтент в процесі групової та міжгрупової взаємодії.

Результати оцінки дії механізмів за шкалою «Рефлексивне сприйняття» продемонстрували не статистично значуще зниження ($M=3,43$ (до), $M=3,30$ (після), $p \leq 0,335$) рівня прояву рефлексивного сприйняття у порівнянні з результатами експериментальної групи ($M=3,32$ (до), $M=3,25$ (після), $p \leq 0,576$). Зниження рівня прояву даного механізму можна пояснити зростанням обізнаності стосовно того як він проявляється в процесі взаємодії з інтернет-простором. Набутий досвід надав можливість учасникам експериментальної групи оцінити здатність до рефлексивного мислення, яка могла відрізнитися від першочергових уявлень підлітків про рівень її сформованості на протипагу учасникам контрольної групи, які, ймовірно, продовжували демонструвати соціально бажані відповіді.

Результати рівня прояву механізму «Автономізація» також продемонстрували не статистично значуще його зниження після проведення програми у експериментальній групі ($M=2,96$ (до), $M=2,88$ (після), $p \leq 0,617$) порівняно із контрольною ($M=2,91$ (до), $M=3,06$ (після), $p \leq 0,288$). Автономізація розглядалася нами як здатність зайняти альтернативну та незалежну позицію всупереч будь-яким популярним тенденціям в інтернет-просторі. Механізм автономізації у психології розглядається як механізм протилежний ідентифікації (ототожненню), як здатність відстоювати окремим індивідом своєї природної і людської сутності, можливість виділити себе із загального цілого [275]. Автономізація передбачає захист та збереження індивідуального, розвиток даного механізму передбачає прояв активної волі з боку особистості [151]. Попри те, що саме підлітковий вік характеризується активним розвитком

автономізації, результати якісного дослідження типів медіакультури виявили невеликий відсоток підлітків від загального числа респондентів (5%), які відзначалися здатністю зайняти альтернативну позицію стосовно масових та популярних серед інших користувачів мережевих тенденцій (наприклад, не вести сторінок у соціальних мережах). Відсутність змін за шкалою «автономізація» можна пояснити специфікою функціонування даного механізму, яка потребує додаткових індивідуальних методів роботи з учасниками, які сприятимуть його формуванню.

Метою запропонованої нами програми поряд з активізацією продуктивних механізмів розвитку медіакультури передбачалась дезактивація механізмів непродуктивної дії. Результати аналізу середніх значень за критерієм t-Стьюдента виявили статистично значущі зміни у рівні прояву даних за шкалою «Наслідування, зараження, імпульсивність» в експериментальній групі ($M=2,55$ (до), $M=2,16$ (після), $p \leq 0,016$). Результатами контрольної групи також демонстрували певне зниження дії вказаного механізму на рівні тенденції ($M=2,55$ (до), $M=2,37$ (після), $p \leq 0,27$). Наслідування та імпульсивність – це одні з ключових механізмів, який лежить в основі функціонування і розвитку інтернет-суспільства. Розповсюдження інформації, побудова мережевих зв'язків, інтернет-блогінг базується на дії механізму наслідування. Наслідування має чітке визначення в інтернет-просторі (following), що супроводжується безліччю показових прикладів для роз'яснення принципів його реалізації. В запропонованій нами програмі було продемонстровано учасникам як в межах інформаційного, так і в межах евристичної та ігрової частини яким чином наслідування визначає медіакультуру пересічного користувача. Учасники мали змогу самостійно оцінити позитивну або негативну роль наслідування у власній культурній реалізації в інтернет-просторі. Як свідчать результати проведеного нами заміру після впровадження експерименту, підлітки негативно оцінили дію вказаного механізму і продемонстрували суттєве зниження його показників. Зменшення прояву наслідування, зараження та імпульсивності в контрольній групі можна пояснити особливостями планування та реалізації соціально-

психологічного експерименту на етапі опитування. Формулювання тверджень, які означували схильність до наслідування, зараження та імпульсивності в інтернеті могло в свою чергу послужити стимулом до певних змін поведінки підлітків в інтернет-середовищі.

Статистично значущі зміни відбулися за шкалою «Мережева інтеріоризація» в експериментальній групі ($M=2,74$ (до), $M=2,18$ (після), $p \leq 0,023$) порівняно із контрольною групою, де, навіть, спостерігається деяке зростання її дії ($M=2,37$ (до), $M=2,46$ (після), $p \leq 0,520$). Мережева інтеріоризація була тим механізмом, який висвітлював ціннісно-смысловий аспект взаємодії особистості з медіапростором. Проблема цінностей в інтернет-просторі викликала найбільший інтерес в аудиторії, а запропоновані вправи найвищий рівень мотивації до їх виконання. В межах програми було продемонстровано, яким чином інтернет-простір впливає не лише на здатність особи формувати певні погляди та переконання, але і яким чином він змінює суспільні та індивідуальні цінності. Крім цього проаналізовано характер цінностей запропонованих мережею і на міжгруповому рівні здійснено обговорення ймовірної глобальної місії, яку вони несуть.

Також було зафіксовано статистично значуще зниження рівня прояву мережевої ідентифікації в експериментальній групі ($M=2,64$ (до), $M=2,19$ (після), $p \leq 0,043$) у порівнянні з контрольною групою ($M=2,21$ (до), $M=2,07$ (після), $p \leq 0,420$), хоча варто відзначити хоч і не статистично значуще, але певне зниження показників в останній. Механізм мережевої ідентифікації як і механізм мережевої інтеріоризації розглядався як механізм через який відбувається культурна реалізація підлітка в інтернет-просторі. В межах програми відбулося детальне опрацювання способів віртуальної ідентифікації індивіда через виконання вправи «Моє віртуальне Я». Учасники програми зазначили, що виконання вказаної вправи звернуло їхню увагу на особливості їх віртуальної презентації та ті атрибути, які її супроводжують (шкільна обстановка, розваги, демонстрація власного рівня достатку), а також змусило замислитися про те, чому саме ці атрибути домінують на їхніх сторінках в

соціальних мережах.

Вольова регуляція інтернет-активності відзначалася нами як один з продуктивних механізмів цілеспрямованого формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю, Аналіз середніх значень за t-критерієм Стьюдента відповідей на запитання «Мені важко помітити як спливає час в інтернеті» продемонстрував певне його зниження в експериментальній групі ($M=4,43$ (до), $M=4,03$ (після), $p \leq 0,113$) порівняно із контрольною групою ($M=3,55$ (до), $M=3,9$ (після), $p \leq 0,218$), де, навпаки, відзначалось деяке зростання.

Основним завданням спрямованим на розвиток вольової регуляції було виконання вправи «Щоденники», але робота над здатністю учасників відслідковувати та контролювати час проведений в мережі також проводилася безпосередньо під час самої програми в процесі дискусійного обговорення вправ «Відчуття часу» та «П'ять запитань до себе».

Отже, аналіз дії соціально-психологічних механізмів до і після експерименту продемонстрував активацію продуктивного механізму критичного сприйняття та дезактивацію таких непродуктивних механізмів як наслідування, зараження, імпульсивність, мережева інтеріоризація та мережева ідентифікація, що в свою чергу сприяло формуванню поміркованого споживання та творення медіаконтенту, відображеного критеріями ефективності взаємодії підлітків з інформацією в інтернеті на основі самооцінки респондентів. Результати даних анкет самооцінки представлено в таблиці (див. табл. 3.2).

Як бачимо з таблиці, відбулося зміни показників за критеріями схильності до критичного мислення відображеними першими чотирма твердженнями. Учасники надали вищий бал розвитку критичного мислення (8,3 порівняно з першочерговим 7,2) після програми розвитку медіакультури, разом з цим зросла здатність розрізняти неправдиві повідомлення в мережі (7,9 порівняно з 6,9 на початку програми) та відбулося зниження довіри до інформації з інтернету (7,3 в кінці програми порівняно з 8,6 на початку).

Таблиця 3.2

Самооцінка підлітків здатності ефективно взаємодіяти з інформацією в інтернеті

№	Назви тверджень	Бал самооцінки на початку програми (N 28)	Бал самооцінки в кінці програми (N 28)	Sig
1.	Я маю достатній рівень розвитку критичного мислення	7,2	8,3	$p \leq 0,01$
2.	Я переважно довіряю тій інформації, що надходить з інтернету та соціальних мереж	8,6	7,3	$p \leq 0,01$
3.	Мені вдається розрізняти повідомлення, які мають на меті здійснити вплив на користувачів	6,9	7,9	$p \leq 0,05$
4.	Переважає більшість інформації, яку я розміщую в інтернеті корисна для мене і для інших	7	6,1	$p \leq 0,05$
5.	Мені вдається контролювати час перебування в соціальних мережах (гри в комп'ютерні ігри)	6	6,8	$p \leq 0,05$
6.	Я думаю, що завдяки програмі розвитку медіакультури я зможу більш ефективно аналізувати інформацію в інтернеті	7,5	8,2	$p \leq 0,05$
7.	Я і так володію всіма необхідними навиками та знаннями для аналізу інформації в інтернеті	6	5,4	$p \leq 0,05$

Також відзначається підвищення вміння контролювати час проведений в мережі (6,8 у порівнянні з 6), що відповідає позитивним змінам рівня прояву вольової регуляції виявлених в процесі реалізації програми на якісному та кількісному рівнях. Збільшення рівня схвалення запропонованої програми (8,2 в кінці програми і 7,5 на початку) та зниження балу самооцінки власних аналітичних здібностей (5,4 у порівнянні з 6) може вказувати на позитивну роль цілеспрямованого впливу на підлітків.

Результати таблиці самооцінки підлітків вказують на те, що активація продуктивних та дезактивація непродуктивних механізмів формування медіакультури призводить до результативних трансформацій критеріїв, що відображають здатність ефективно взаємодіяти з інформацією в інтернеті.

Підбиваючи підсумки ходу тренінгу та статистичної оцінки його результатів, важливо зауважити, що застосований нами метод створення рефлексивного середовища шляхом активізації міжгрупової взаємодії позитивно вплинув на здатність підлітків розрізняти дію таких непродуктивних механізмів розвитку медіакультури як наслідування, мережева інтеріоризація, мережева ідентифікація через активізацію критичного сприйняття, що було доведено якісними (на основі даних спостереження) та кількісними (вимірювання прояву соціально-психологічних механізмів) результатами дослідження. Невеликий перелік активізованих механізмів можна пояснити асемітричністю впливу стихійного та цілеспрямованого формування медіакультури, де через постійну взаємодію підлітка з інтернет-простором стихійні форми впливу суттєво переважають цілеспрямовані. Крім того позитивні зміни були зафіксовані в показниках анкети самооцінки підлітків, які вказують на результативність запропонованої програми в якості інструменту формування типу медіакультури «Помірковане споживання і творення».

Висновки до третього розділу

Метою експериментальної програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю була дезактивація дії непродуктивних соціально-психологічних механізмів формування медіакультури через активацію механізмів продуктивної дії. Шляхом створення рефлексивного середовища передбачалося досягти основного результату програми, який полягав у цілеспрямованому формуванні типу медіакультури «Помірковане споживання та творення».

Дані отримані на основі спостереження за поведінкою та активністю підлітків під час експериментальної програми розвитку медіакультури, яка

складалася з дев'яти занять, дозволили виявити такі особливості стихійно сформованої медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю як домінування прикладної спрямованості над естетичною, що реалізовується в розвагах, мережевій самореалізації, комунікації та отриманні певного виду інформації. Також було зафіксовано низку психологічних та соціально-психологічних змін, які полягають у зменшенні здатності проявляти емоції, ментальному виснаженні та зниженні мотивації до пізнавальної діяльності. Перелічені зміни ймовірно формуються в умовах стихійного впливу інтернет-середовища та є наслідком інтернет-захопленості та інтернет-залежності.

Оцінка рівня розвитку продуктивних та непродуктивних механізмів формування медіакультури до і після впровадження програми продемонструвала ефективність запропонованої моделі цілеспрямованого формування медіакультури, що було відображено зниженням середнього значення в показниках експериментальної групи у порівнянні з контрольною за такими шкалами непродуктивних соціально-психологічних механізмів як: «Наслідування, зараження, імпульсивність», «Мережева ідентифікація» та «Мережева інтеріоризація» та підвищенням середнього значення в показниках за шкалою «Критичне сприйняття». Позитивні зміни самооцінки підлітків за критеріями ефективної взаємодії з інтернет-середовищем можуть свідчити, що активізація продуктивних механізмів та дезактивація непродуктивних шляхом створення рефлексивного середовища посприяла формуванню типу медіакультури «Помірковане Споживання/творення».

Основні результати та положення розділу висвітлені автором в наукових працях [183; 187; 189; 191; 254]

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення проблеми, що виявляється у виявленні особливостей прояву соціально-психологічних механізмів продуктивної та непродуктивної дії залежно від рівня інтернет-захопленості підлітків у процесі стихійного формування їх медіакультури та експериментального вивчення можливостей цілеспрямованого формування інтернет-медіакультури таких підлітків. Результати, отримані в ході дослідження, дають можливість зробити наступні висновки.

1. Інтернет-медіакультура – це спосіб взаємодії з інтернет-середовищем через сприйняття, обробку та розповсюдження медіа повідомлень, що супроводжується засвоєнням цінностей та норм інтернет-простору. Виділено шість типів інтернет-медіакультури: пасивне споживання, активне (цілеспрямоване) споживання, пасивне творення (тиражування), активне творення, помірковане споживання та помірковане творення. Складовими процесу формування інтернет-медіакультури є сприйняття контенту; медіасоціалізація; передача повідомлення, які реалізуються в соціально-психологічній взаємодії з інтернет-простором.

Соціально-психологічні механізми формування медіакультури особистості супроводжують процес перетворення медіаконтенту в медіакультуру та регулюють якість такого перетворення. Формування інтернет-медіакультури може носити стихійний та цілеспрямований характер. Стихійне формування супроводжується дією непродуктивних механізмів – мимовільного сприймання, імпульсивністю, зараженням, навіюванням, наслідування, мережевою інтеріоризацією, мережевою ідентифікацією; цілеспрямоване формування відбувається під дією продуктивних соціально-психологічних механізмів – рефлексивного, критичного сприймання, автономізацією та вольовим рівнем регуляції.

2. В процесі емпіричної верифікації моделі стихійного формування медіакультури підлітків шляхом виявлення статистично значущих кореляцій підтверджено припущення, що таке формування відбувається під дією мимовільного сприймання, що визначає непродуктивне спрямування медіакультури, яке супроводжується імпульсивністю, зараженням, наслідуванням, мережевою ідентифікацією та мережевою інтеріоризацією. Від'ємний статистично значущий кореляційний зв'язок між автономізацією та симптомами інтернет-захопленості й інтернет-залежності вказує на його продуктивне спрямування та незадіяність у моделі стихійного формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю.

3. Відзначено зростання рівня інтернет-захопленості й інтернет-залежності підлітків та прояву непродуктивних соціально-психологічних механізмів разом зі збільшенням схильності до пасивного споживання, активного (цілеспрямованого) споживання, пасивного творення (тиражування), активного творення. Збільшення прояву продуктивних соціально-психологічних механізмів разом зі зростанням схильності до поміркованого споживання та творення доводить, що вказані типи медіакультури формуються під дією продуктивних соціально-психологічних механізмів.

Встановлено, що у підлітків схильних до активного творення культура передачі повідомлень формується під дією таких соціально-психологічних механізмів як відтворення, екстеріоризація, соціальне підкріплення та віртуальна емпатія. З'ясовано, що для підлітків яким властиве активне (цілеспрямоване) споживання, пасивне творення (тиражування), активне творення характерний прояв дії механізму мережевої ідентифікації, яка зумовлює їх цілісний характер. У підлітків схильних до пасивного споживання дія вказаного механізму не відстежується, тому він характеризується фрагментарністю.

4. Експериментальна перевірка можливості формування медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю шляхом активізації соціально-психологічних механізмів продуктивної дії в умовах рефлексивної взаємодії зафіксувала

зростання критичного сприйняття та зниження прояву наслідування, зараження, імпульсивності, мережевої інтеріоризації та мережевої ідентифікації. Позитивні статистично значущі зміни в самооцінці підлітків за критеріями медіакультури, що вказують на помірковане споживання та творення свідчать про ефективність проведеного нами соціально-психологічного експерименту. Відсутність статистично значущих змін за такими шкалами опитувальника як автономізація, рефлексивне сприйняття, мимовільне сприймання можуть свідчити про значну перевагу стихійного формування над цілеспрямованим та вплив інтернет-захопленості й інтернет-залежності на особистість підлітка.

Перспектива подальших досліджень полягає у подальшому емпіричному вивченні феномену інтернет-захопленості; уточнені дослідницького інструментарію з вивчення проблеми формування мережевої медіакультури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдулова Т. П. Тенденции социализации подростков в контексте информационных предпочтений. *Психологические исследования*. 2011. № 6 (20). С. 8. URL: <http://psystudy.ru/num/2011n6-20/573-avdulova20.html> (дата звернення: 23.04.2020).
2. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. 240 с.
3. Акимова М. К. Психологическая диагностика: учебное пособие. СПб.: Питер, 2005. 304 с.
4. Андреева Г. М. Психология социального познания: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2004. 288 с.
5. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: Наука, 1994. 363 с.
6. Арестова О. Н., Бабанин Л. Н., Войскунский А. Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия. *Вестник Московск. Ун-та. Серия 14. Психология*. 1996. № 4. С. 14-20.
7. Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. 384 с.
8. Бакка Т. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя. К: ЦВП, АУП, 2016. 243 С.
9. Барішполець О. Лжеінформація в комунікаційних процесах. *Соціальна психологія*. 2007. Спеціальний випуск. С. 91-100.
10. Барішполець О. Т. Вплив соціальних настанов телеглядача на його поведінку в медіа-середовищі. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*: зб. наук. праць / За заг. ред. М. М. Слюсаревського. К.: Міленіум, 2008. Вип. 8. 408 с.
11. Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2016. 314 С.
12. Безносюк Е. В., Князева М. Л. Психопатология современной культуры URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Article/Bez_PsSovKult.php (дата звернення: 30.08.2018).

13. Белановская О. В. Идентификация как механизм развития личности. *Адукацыя і выхаванне*. 2000. № 10. С. 36-40.
14. Белинская Е. П. Информационная социализация подростков: опыт пользования социальными сетями и психологическое благополучие. *Психологические исследования*. 2013. Т. 6. № 30. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/858-belinskaya30.html> (дата звернення: 13.02.2020).
15. Белинская Е. П. Совладание с трудностями в эпоху новых информационных технологий: возможности и ограничения. *Психологические исследования*. 2014. Т. 7. № 38. URL: <http://www.psystudy.ru/index.php/num/2014v7n38/1061-belinskaya38.html> (дата звернення: 18.01.2020).
16. Белінська О. Дитина і комп'ютер. психологічні реалії віртуального світу. *Психолог*. 2006. № 46 (238). С. 27-29.
17. Беллинская Е. К проблеме групповой динамики сетевого сообщества. 2-ая *Российская конференция по экологической психологии*. Сборник материалов. М.: Экопсицентр РОСС, 2000. С. 249-251.
18. Бігун Н. В. Суб'єктивні образи депресії у підлітків як предмет психологічної рефлексії. *Психологія і суспільство*. 2007. № 3. С. 108-115.
19. Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010. 191 с.
20. Бодалев А. А., Столин В. В., Аванесов В. С. Общая психодиагностика. СПб.: Речь, 2000. 440 с.
21. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структура. М.: АСТ, 2019. 320 С.
22. Бондаровська В. Психологічні аспекти використання комп'ютера. *Психолог*. 2005. № 25 (169). С. 5-62 с.
23. Боно Э. Научите себя думать. Самоучитель по развитию мышления. 2005. 288 с. URL: http://www.pseudology.org/webmaster/Bono_NauchiteSebyaDumatSamouchitel2.pdf (дата звернення: 15.12.2018).

24. Бурдукало М.М. Автономізація особистості як новоутворення юнацького віку. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2013. Вип. 18. С. 112-119
25. Бурлаков И. НОМО GAMER: психология компьютерных игр. М.: Независимая фирма «Класс», 2000. 144 с.
26. Буров Ю. О. Технології та інновації в діяльності людини ери інформації. інформація і технології. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2015. Т. 49. Вип. 5. С. 16-25.
27. Буряк В. К. Формування у студентів критичного стилю мислення. *Вища школа*. 2007. № 3. С. 21-30.
28. Бутиріна М. Масмедійні стереотипи у світлі теорії категоризації. *Вісник Київського Національного Університету ім. Т. Шевченка*. 2008. Вип. 16. С. 18-20.
29. Ващенко Л. С. Про результати вивчення стану критичного мислення ліцеїстів. *Біологія та хімія у рідній школі*. 2017. № 2. С. 42-46.
30. Винтерхофф-Шпрук П. Медиапсихология. Основные принципы / Пер. с нем. А.В. Коченгин. Х.: Гуманитарный центр, 2016. 268 С.
31. Вознесенська О. Л. Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента. *Генеza буття особистості: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (19-20 грудня 2011 р.)*. К.: ДП Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. Т. II. С. 18-25.
32. Войскунский А. Е. Актуальные проблемы зависимости от интернета. *Психологический журнал*. 2004. № 1. URL: <http://psyfactor.org/lib/addict.htm> (дата звернення: 12.04.2020).
33. Войскунский А. Е. Групповая игровая деятельность в Интернете. *Психологический журнал*. 1999. №1. Т. 20. С. 126-132. URL: <http://banderus2.narod.ru/80086.html> (дата звернення: 2.03.2020).
34. Войскунский А. Е. Интернет новая область исследований в психологической науке. *Ученые записки кафедры общей психологии МГУ*. Вып. 1. М.: Смысл, 2002.

35. Войскунский А. Е. Исследования Интернета в психологии. *Интернет и российское общество*. М.: Гендальф, 2002. С. 235-250. URL: <http://banderus2.narod.ru/80014.html> (дата звернення: 3.03.2020).
36. Войскунский А. Е. Психологические аспекты деятельности человека в интернет-среде. *2-ая Российская конференция по экологической психологии*. Сборник материалов. М.: Экопсицентр РОСС, 2000. С. 240-245. URL: <http://banderus2.narod.ru/80050.html> (дата звернення: 10.04.2020).
37. Волков Е. Н. Здоровое мышление как средство профилактики и терапии патологического мышления в деструктивных культурах. *Журнал практического психолога*. 2007. № 6. С. 3-17. URL: <http://www.evolkov.net/critic.think/articles/Volkov.E.Healthy.thinking.against.cults.rus.html> (дата звернення: 05.05.2019).
38. Выготский Л. С. Проблема культурного развития ребенка. *Хрестоматия по курсу «Введение в психологию»*: учебное пособие / Под ред. Е. Е. Соколова. М.: Российское психологическое общество, 1999. С. 242-252.
39. Галян І. М. Психодіагностика: навч. посіб. 2-ге вид., стереотип. К.: Академвидав, 2011. 464 с.
40. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения. СПб.: Питер, 2005. 203 с.
41. Гончренко С. У. Український педагогічний словник. К., 1997. 375 с.
42. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: «КАНОН-пресс Ц», 2000. 304 с.
43. Гребінь Н. В. Зміст маніпуляції як прихованого психологічного впливу. *Проблеми сучасної психології*. 2013. Вип. 21. С. 80-93.
44. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Изд-во физико-математической литературы, 2010. 228 с.
45. Губеладзе І. Г. Сільська молодь у місті: пошук ідентичності: монографія. К.: Міленіум, 2015. 236 с.

46. Губенко Э. Опросник установок по отношению к интернету. URL: http://flogiston.ru/articles/netpsy/internet_questionary (дата звернення: 11.11.2018).
47. Гущин Ю. Ф., Смирнова Н. В. Оценка уровня развития критического мышления учащихся. URL: <http://psyhoinfo.ru/ocenka-urovnya-razvitiya-kriticheskogo-myshleniya-uchashchih-sya> (дата звернення: 18.10.2018).
48. Дворник М. С. Прокрастинація у прогнозуванні особистісного майбутнього: монографія. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2018. 120 с
49. Дельоз Ж. Общество контроля. / Сайт «Арктогея». URL: <http://my.arcto.ru/public/9deleuze.htm> (дата звернення: 14.02.2020).
50. Дерріда Ж. Цілі людини. *Після філософії: кінець чи трансформація?* К.: Четверта хвиля, 2000. С. 114-145.
51. Дети в информационном обществе. 2016 год. № 4. URL: <http://www.fid.su/publishing/journal> (дата звернення: 26.01.2020).
52. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или культурная логика позднего капитализма. Пер. Д. Кралечкина. М.: Издательство Института Гайдара, 2019. 808 с.
53. Дмитренко Н. Рефлексивне мислення в контексті теоретичного та емпіричного пізнання психічної реальності. *Психологія і суспільство*. 2005. № 4. С. 93-97.
54. Дорошин И. А. Социально-психологическое содержание медиакультуры. *Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика*. 2015. Вып. 4. Т. 15. С. 78-83.
55. Жижина М. В. Психологическое исследование медиакультуры: проблемы и перспективы. *Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика*. 2008. Вып. 2. Т. 8. С. 81-85.
56. Життєві домагання особистості: монографія під ред. Т. М. Титаренко. К.: Педагогічна думка, 2007. 456 с.
57. Жичкина А. Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста: автореф. дисс. ... канд. психол. наук:

- 19.00.05 / Анастасия Евгеньевна Жичкина; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. Москва, 2001. URL: http://flogiston.ru/articles/netpsy/avtoref_zhichkina (дата звернення: 23.04.2020).
58. Жичкина А., Белинская Е. Стратегии самопрезентации в интернете и их связь с реальной идентичностью. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (дата звернення: 13.05.2018).
59. Зимбардо Ф., Ляйпе М. Социальное влияние. СПб.: Питер, 2011. 448 с.
60. Зубченко В. В. Психологическая методика развития рефлексивных механизмов актуализации индивидуальности. *Практична психологія та соціальна робота*. 2004. № 8. С. 45-50; № 9. С. 47-51.
61. Иванова Д. И. Аутентичность личности интернет-пользователя в процессе интернет социализации. *Перспективы науки и образования*. 2015. № 2 (14). С. 124-127. URL: <https://www.slideshare.net/ssuserf3bc16/ss-47717957> (дата звернення: 12.10.2017).
62. Интернет-зависимое поведение. Критерии и методы диагностики: учебное пособие / В. Л. Малыгин, К. А. Феклисов, А. С. Искандирова, А. А. Антоненко, Е. А. Смирнова, Н. С. Хомерики. М.: МГМСУ, 2011. 32 с. URL: <http://www.medpsy.com/library/library135.pdf> (дата звернення: 9.02.2020).
63. Іванків І. І. Моделі розвитку ідентичності підлітка в умовах кіберсоціалізації. *Проблеми сучасної психології*: збірник наукових праць К-ПНУ імені І. Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. 2016. Вип. 33. С. 194-205.
64. Іванків І. І. Соціально-психологічні механізми формування ідентичності підлітка. *Міжнародний науковий форум: соціологія, педагогіка, менеджмент*. 2015. Вип. 9-10. С. 197-206.
65. Камінська О. В. Аналіз емпіричного дослідження інтернет-залежності підлітків та юнаків. *Проблеми сучасної психології*. 2014. Вип. 24. С.339-348
66. Камінська О. В. Психолінгвістика віртуальної комунікації в контексті залежності від віртуальних мереж. *Psycholinguistics*. 2019. 25 (1). С. 147-164

67. Камінська О. В. Чинники розвитку інтернет-залежності. *Психологічні перспективи*. 2015. Випуск 25. С. 65-75
68. Канеман Д. *Думай медленно... Решай быстро* / пар. з англ. А. Андреев, Н. Парфьонова, Ю. Дегліна. К.: Форс, 2020. 656 С.
69. Карандашев В. Н. *Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство*. СПб.: Речь, 2004. 70 с.
70. Карпов А. В. *Психология рефлексивных механизмов деятельности*. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. 424 с.
71. Карпов А. В. Рефлексивность как психическое свойство и методики её диагностики. *Психологический журнал*. 2003. Т. 24. № 5. С. 45-57.
72. Карр Н. *Пустышка. Что делает интернет с нашими мозгами*. 2012. 256 с. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=76349&p=1 (дата звернення: 5.12.2018).
73. Карцев В. Рефлексія як соціально-культурний механізм формування особистості. *Філософська думка*. 2002. № 4. С. 135-148.
74. Кастельс М. *Власть коммуникации*. М.: Изд. дом высшей школы экономики, 2016. 564 с.
75. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура* / Под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php (дата звернення: 14.03.2020).
76. Кембелл Д. *Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях*. М.: Прогресс, 1980. 390 с. URL: http://ipkfp.nspu.ru/file.php/1/Kehmpbell_D._Modeli_eksperimentov_v_socialnoi_psikhologii_i_prikladnykh_issledovaniyakh.pdf (дата звернення: 11.02.2020).
77. Керделлан К., Грезийон Г. *Дети процессора: как интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых* / Пер. с фр. А. Луцанова. Екатеринбург: У-Фактория, 2006. 272 с.

78. Кириллова Н. Б. Зачем нужна медиакультура. *Уральский федеральный округ*. 2004. № 1. С. 8-15.
79. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2006. 448 с.
80. Кириллова Н. Б. Медиаобразование в эпоху социальной модернизации. *Педагогика*. 2005. № 5. С. 13-21.
81. Кириллова Н.Б. Медиа-личность-общество: критерии социально-психологического взаимодействия. *Теория и практики общественного развития*. №16, 2015. с. 35-40
82. Кириллова Н.Б. Парадоксы медийной культуры : избр. Статьи. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 452 с. С. 78
83. Кириллова Н. Б. Что такое медиакультура. *ТелеЦЕНТР*. 2005. № 4 (12). Август-сентябрь. С. 19-21.
84. Ковалев Е. Ж., Штейнберг И. Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос, 1999. 384 с.
85. Ковалева А. Особенности социологического исследования социализации личности. *Edukacja Humanistyczna (Szczecin)*. 2015. № 1 (32). С. 35-43.
86. Коломієць О. Г. Медіасоціалізація молоді в сучасному медіа просторі. *Information technologies in education*. 2018. №4 (37) с. 64-76
87. Кон И. С. Психология ранней юности: книга для учителя. М.: Просвещение, 1989. 255 с.
88. Коневещенська О. Е. Розвиток медіакультури і медіаосвіти в умовах сучасного інформаційного суспільства. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2016. № 4. Т. 54. С. 32-39.
89. Кравців О. Рефлексивний тренінг. *Психологія і суспільство*. 2007. № 3. С. 145-149.
90. Кришовська О. О. Соціально-психологічні умови міжособистісного взаєморозуміння в інтернет-спілкуванні: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Олександра Олександрівна Кришовська; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. К., 2019.

91. Критичне мислення: ключові характеристики та вправи для його розвитку.
URL: <http://etwinning.com.ua/content/files/659841.pdf> (дата звернення: 19.03.2018).
92. Крысько В. Г. Социальная психология: курс лекций. 3-е изд. М.: Омега-Л, 2006. 352 с. URL: <https://studfile.net/preview/1702677/> (дата звернення: 7.02.2020).
93. Лавлінський Р. Механізми формування соціальних стереотипів у суспільстві засобами мас-медіа. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філософія.* 2010. Вип. 7. С. 164-176.
94. Ларцев В. Рефлексія як соціально-культурний механізм формування особистості. *Філософська думка.* 2002. № 4. С. 135-148.
95. Лебон Г. Психология масс. СПб.: Питер, 2017. 224 с. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/lebon/index.php (дата звернення: 19.03.2020).
96. Леонова О.Г. Джозеф Най и «мягкая сила». Попытка нового прочтения. Социально политические науки (2018)
URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/dzhozef-nay-i-myagkaya-sila-popytka-novogo-prochteniya/viewer>
97. Леонтьев Д. А., Аверина А. Ж. Феномен рефлексии в контексте саморегуляции. *Психологические исследования: электрон. науч. журн.* 2011. № 2 (16). URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2011n2-16/463-leontiev-averina16.html> (дата звернення: 17.01.2018).
98. Леонтьев Д. А., Осин Е. Н. Рефлексия «хорошая» и «дурная»: от объяснительной модели к дифференциальной диагностики. *Психология. Журнал высшей школы экономики.* 2014. Т. 11. № 4. С. 110-135.
99. Личко А. Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. СПб.: Речь, 2013. 256 с.
100. Ліщинська О. А. Культова психічна залежність особистості: передумови, чинники, механізми. К.: ТОВ «Легко інк», 2008. 266 с.

101. Ліщинська О. Модель здорової соціальної взаємодії в інформаційному просторі. *Соціальна психологія*. 2005. № 6. С. 105-110.
102. Лоскутова В. А. Интернет-зависимость как форма нехимических аддиктивных расстройств: автореф. дисс. ... канд. мед. наук: 14.00.18 / Виталина Александровна Лоскутова; Новосибирская государственная медицинская академия. Новосибирск, 2004. URL: <http://user.lvs.ru/vita/avtoreferat.htm> (дата звернення: 6.02.2020).
103. Луговая Ю. А. Компьютерные игры как феномен медиаккультуры. *Визуальная коммуникация в социокультурной динамике*: сб. статей международной научно-практической конференции. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. С. 215-220. URL: <http://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/30156/viscom2014-215-220.pdf> (дата звернення: 28.05.2019).
104. Луценко Е. Л. Адаптация теста критического мышления Л. Старки. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Психологія*. 2014. № 1110. Вип. 55. С. 65-70.
105. Лучинкина А. И. Специфика мотивации интернет-пользователей. *Перспективы науки и образования*. 2014. № 6 (12). С. 105-109.
106. Лучинкина А. И., Юдеева Т. В. Психологические аспекты девиантной интернет-социализации личности. *Научный альманах. Психологические науки*. 2015. № 8 (10). С. 1535-1537. URL: <http://ucom.ru/doc/na.2015.08.1535.pdf> (дата звернення: 12.10.2017).
107. Лучинкіна А. І. Аналіз когнітивно-інструментальної складової Інтернет-соціалізації. *Вісник післядипломної освіти*. 2012. Вип. 7. С. 312-318. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpo_2012_7_45 (дата звернення: 12.10.2017).
108. Лучинкіна А. І. Основні методологічні підходи до розгляду процесу соціалізації у віртуальному середовищі. *Проблеми сучасної педагогічної освіти*. 2011. Вип. 34. Ч. 2. С. 7-13.
109. Мак-Люэн Г. М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. М.: Академический проект, 2016. 206 С.

110. Мак-Люэн М. Понимание Медиа: Внешнее расширение человека. Пер. с англ.: В. Г. Николаев. М., 2003. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528> (дата звернення: 21.01.2020).
111. Максимець С. М. Психологічний вплив комп'ютерних ігор на емоційну сферу старшокласників. *Наука і освіта: науково-практичний журнал Південного наукового центру НАПН України*. 2004. № 4-5. С. 42-44.
112. Малеева Н. С. Комунікативні Інтернет-практики залежної від соціальних мереж молоді: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Наталія Сергіївна Малеева; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. К., 2017. URL: <http://ispp.org.ua/2020/05/06/malyeyeva-n-s-komunikativni-internet-praktiki-zalezno%20d1%97-vid-socialnix-merezh-molodi/> (дата звернення: 7.05.2020).
113. Малик І. Механізми протидії негативним впливам інформаційної пропаганди. *Політичні науки*. 2015. Т. 1. № 2. С. 47-53.
114. Маркузе Г. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального общества. Пер. с англ., послесл., примеч. А. А. Юдина. М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. 526 с. URL: https://royallib.com/book/markuze_gerbert/odnomerniy_chelovek.html (дата звернення: 11.03.2020).
115. Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2013. 264 с.
116. Мафесолі М. Час племен. Занепад індивідуалізму у постмодерному суспільстві. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 264 С.
117. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник / За ред. Л. А. Найдьонові, О. Т. Баришпольця. К.: Міленіум, 2009. 440 с.
118. Медіаграмотність та інформаційна безпека : інформаційний бюлетень / За наук. ред. Л. А. Найдьонові, упоряд. О. О. Кришовська [Найдьонова Л. А., Дятел Н. Л., Вознесенська О. Л., Череповська Н. І., Обухова Н. О., Чаплинська Ю. С., Дідик Н. І.]. – К. : Інститут соціальної та політичної

- психології Національної академії педагогічних наук України, 2018 – 128 с.
119. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / За наук. ред. В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
120. Мерзлякова О. Критичне мислення: засоби оцінювання цілеспрямованого розвитку. *Психолог*. 2017. № 11/12. С. 4-75. Червень. URL: http://crithink.org/ukr/guides/Merzl.O.2017_11_ukr.pdf (дата звернення: 18.02.2018).
121. Мерзлякова О. Проблеми профілактики психологічного маніпулювання та контролю свідомості в молодіжному середовищі. *Дайжест школа-парк педагогічних ідей та технологій*. 2005. № 1/2. С. 82-85. URL: <http://hram.in.ua/biblioteka/apolohetyka/247-book247/2772-title3426> (дата звернення: 23.09.2018).
122. Методы исследования и организация эксперимента / Под ред. К. П. Власова. Харьков, Гуманитарный центр, 2013. 412 с.
123. Мириманова М. Рефлексия как механизм развития самоорганизирующихся систем. *Развитие личности*. 2001. № 1. С. 49-65. URL: <http://rl-online.ru/articles/1-01/23.html> (дата звернення: 31.09.2018).
124. Мироненко Г. В. Час віртуального життя: монографія. К.: Імекс-ЛТД, 2015. 134 с.
125. Митина О. В., Евдокименко А. С. Методы анализа текста: методологические основания и программная реализация. *Вестник ЮУрГУ*. 2010. № 40. С. 29-38.
126. Моль А. Социодинамика культуры / Пер. с фр. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 416 с.
127. Морозова И. С. Рефлексия как социально-психологический механизм повышения эффективности учебно-познавательной деятельности студентов. URL: <http://hpsy.ru/public/x2631.htm> (дата звернення: 30.10.2018).
128. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 448 с.

129. Мудрик А. В. Воспитание как составная часть процесса социализации. *Вестник ПСТГУ IV. Педагогика психология*. 2008. Вып. 3(10). С. 7-24
130. Мудрик А. В. Социализация человека: учебное пособие. М.: Издательский центр «Академия», 2004. 304 с.
131. Музиченко К. В. Феномен кіберсоціалізації підростаючого покоління. *Міжнародний науковий форум: соціологія, педагогіка, менеджмент*. 2013. Вып. 14. С. 93-102.
132. Мусалимова Р. С., Ахмадеев Р. Р. Краткая характеристика тестовых методов оценки интернет-зависимого поведения. *Вестник Брянского госуниверситета*. 2015. № 3. С. 32-34.
133. Мухина В. С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 456 с.
134. Нартова-Бочавер С. К. Дифференциальная психология: учеб. пособ. М.: Флинта, 2016. 282 с.
135. Найдюнов М. І. Формування системи рефлексивного управління в організаціях. К.: Міленіум, 2008. 484 с.
136. Найдюнова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник для слухачів системи післядипломної педагогічної освіти. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2015. 244 с.
137. Найдюнова Л. А. Роль медіа-освіти в розвитку інноваційної культури суспільства. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*: зб. ст. К.: Міленіум, 2007. Вып. 18 (21). С. 192-203.
138. Никифоров Г. С., Дмитриева М. А., Снетков В. М. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности. СПб.: Речь, 2003. 444 с. URL: <http://lib.sale/managementa-psihologiya/praktikum-psihologii-menedjmenta.html> (дата звернення: 4.02.2019).
139. Нога Г. Соціально-виховні аспекти комп'ютерних ігор. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2006. № 1. С. 145-153.
140. Носов Н. А. Виртуальная психология. М.: Аграф, 2000. 430 с.

141. Олексюк В. Психологічні особливості Інтернет-залежності в підлітковому віці. *Проблеми гуманітарних наук*. Серія: Психологія. 2015. № 37. С. 200-212.
142. Онкович Г. Медіапедагогіка і медіаосвіта: поширення у світі. *Дивослово*, 2007. Вип. 43. С. 2-4.
143. Опросник Е. А. Щепиловой «Восприятие интернета». URL: <http://psylist.net/praktikum/00121.htm> (дата звернення: 06.09.2018).
144. Панагушина О. Є. Соціально-педагогічна робота з учнями підліткового віку. Херсон: Айлант, 2006. 43 с.
145. Патырбаева К. В., Козлов В. В., Мазур Е. Ю., Конобеев Г. М., Мазур Д. В., Марицас К., Патырбаева М. И. Идентичность: социально-психологические и социально-философские аспекты. Пермь, 2012. 250 с.
146. Пацлаф Р. Застывший взгляд. М.: Evidentis, 2003. 224 с.
147. Петрунько О. В. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіа середовищі. Полтава: ТОВ НВП «Укрпромторгсервіс», 2010. 480 с.
148. Петрунько О. Соціалізаційний потенціал медіасередовища. *Соціальна психологія*. 2007. Спеціальний випуск. С. 71-83.
149. Підгірна І. С. Становлення індивідуальних стилів медіакомунікації в соціальних мережах: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Ірина Сергіївна Підгірна; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. К., 2016.
150. Плешаков В. А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а. М.: Прометей, 2012. 121 с.
151. Плохих В. В. Інформаційні адикції у підлітків та в юнацькому віці. Рекреаційна психологія дитинства: теорія і практика Кол. моногр. К. : Центр учбової літератури, 2017. –С. 57-84.
152. Позняк Д. В. Рефлексивні механізми свідомості виборців як суб'єктів політичної взаємодії. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Дмитро Валерійович Позняк; Інститут соціальної та політичної психології АПН України. К., 2004.

153. Посохова В. Особливості життєвого планування Інтернет-залежної молоді. *Психологічні перспективи*. 2004. Вип. 6. С. 150-157.
154. Потятинник Б. Масова журналістська освіта, а чому б ні? *МедіаКритика*. 2005. № 10. С. 7-10.
155. Почепцов Г.В. Дезінформація. К.: ПАЛИВОДА А.В., 2019. 248 С.
156. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
157. Почепцов Г.В. Войны новых технологий. Харьков: Фолио, 2020. 602 С.
158. Почепцов Г.Г. Гламур 2.0: Телесериалы, маскульт и соцмедиа как создатели виртуальной реальности. Харьков: Фолио, 2019. 410 С.
159. Почепцов Г.В. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харьков, Фолио, 2019. 314 С.
160. Почепцов Г.В. Пропаганда 2.0. Харьков: Фолио, 2018. 796 с.
161. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 497 с.
162. Проблемы психологической герменевтики / Под ред. Н. В. Чепелевой. К.: Издательство Национального педагогического университета им. Н. П. Драгоманова, 2009. 382 с.
163. Психологическая диагностика: учебное пособие / Под. ред. М. К. Акимовой. СПб.: Питер, 2005. 304 с.
164. Психология подростка. Полное руководство / Под общ. ред. А. А. Реана. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2008. 504 с.
165. Психологічні особливості спілкування в Інтернеті. *Психолог*. 2006. № 46 (238). С. 21-26.
166. Пэлфри Д., Гассер У. Дети цифровой эры / Пер. с англ. М.: Эксмо, 2011. 368 с.
167. Рибіна Ю.О. Розвиток медіа грамотності учнів у процесі створення шкільного медіа. *Інформаційні технології в стіті*. 2017. 2 (31) с. 109-128
168. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2008. 713 с.

169. Руденський Е. В. Соціальна психологія: курс лекцій. М.: ИНФА М; Новосибірськ: НГАЭиУ, 1997. 224 с.
170. Свиридова Е. М., Маслобойщикова А. Е. Феномен явлення соціалізації: діагностика, рівні, умови, підходи к забезпеченню навчаючого в школі. *Інноваційні проекти і програми в освіті*. 2013. № 1. С. 35-47.
171. Семенов І. Н., Степанов С. Ю. Проблеми психологічного вивчення рефлексії і творчості. *Вопросы психологии*. 1983. № 5. С. 162-164.
172. Семенова В. В. Качественные методы. Введение в гуманистическую социологию: учебное пособие для студентов вузов. М.: Добросвет, 1998. 290 с.
173. Слюсаревський М.М. Соціально-психологічне мислення: сутність і форми вияви. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2014. Вип. 34. С. 5-24
174. Смелзер Н. Социология / Пер. с англ. М.: Феникс, 1994. 688 с.
175. Собкин В. С., Калашникова Е. А. Ценностные ориентации современного подростка. *Герценовские чтения: психологические исследования в образовании*. 2019. Вып. 2. С. 656-665. URL: <https://herzenpsyconf.ru/wp-content/uploads/2019/12/pr81-2019.-Sobkin-Kalashnikova.pdf> (дата звернення: 14.12.2017).
176. Соломина Л. Ю. Методические аспекты психологического исследования интернет-зависимости. *Царскосельские чтения*. 2011. Вып. XV. С. 331-336. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-aspekty-psihologicheskogo-issledovaniya-internet-zavisimosti/viewer> (дата звернення: 10.04.2020).
177. Стецюра К. О. Соціально-філософська рефлексія феномену медіакультури та медіаосвіти. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка: збірник наукових праць*. 2009. № 2 (26). С. 138-142.
178. Стіл Дж., Мередіт К., Темпл Ч. Методична система «розвиток критичного мислення у навчанні різних предметів». К.: Міленіум, 2001. Посіб. 1-2. 104 с.; Посіб. 3-4. 162 с.

179. Страусе А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и технологии. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.
180. Стрільчук О. В. Трансформація інтернету: від патологічного потягу до соціальної необхідності / О. В. Стрільчук // Наукові студії із соціальної та політичної психології: зб. статей / НАПН України, Ін-т соціальної та політичної психології. – К., 2013. – Вип. 33(36). – С. 215-225.
181. Стрільчук О. В. Вплив комп'ютерної захопленості на розвиток рефлексивності у підлітків / О. В. Стрільчук // Психологічні перспективи. – Луцьк, 2015. – №25. – С. 217-229.
182. Стрільчук О.В. Дослідження проблеми захопленості інтернетом та комп'ютером в середовищі сучасних українських школярів / О. В. Стрільчук // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – Київ; Ніжин: ПП Лисенко, 2015. – Том XI. – Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. – Вип. 15. – С. 511-521.
183. Стрільчук О.В. Можливості формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю / О. В. Стрільчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки. – Херсон, 2018. – № 5 – Том 2. – С. 166-173.
184. Стрільчук О. В. Якісне дослідження типів інтернет-медіакультури підлітків та соціально-психологічні механізми їх формування / О. В. Стрільчук // Теорія і практика сучасної психології. – Запоріжжя, 2019. – № 4. – Т.1. – С.140-147.
185. Стрільчук О.В. Обґрунтування процедури розробки авторського опитувальника «Дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури» / О. В. Стрільчук // Теорія і практика сучасної психології. – Запоріжжя, 2019. – № 6. – Т.1. – С. 158-164.
186. Стрільчук О.В. . Особливості соціалізації дитини в умовах кіберсередовища. Кіберпродукція як полегшена альтернатива реального

- життя / О. В. Стрільчук // Навчально-методичний посібник «Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід» (за ред. Л.А. Найдюнової, О.Т. Баришпольця). – Київ, 2009. – С. 251-258.
187. Стрільчук О. В. Медіаосвіта як шлях подолання кризи в умовах інформаційної війни / О. В. Стрільчук // V Міжнародна науково-практична конференція «Психологія переживання кризових подій». – Ніжин, 2014. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ndu.edu.ua/images/stories/2014/konf_psy/strilchuk.pdf
188. Стрільчук О. В. Вплив комп'ютерної та інтернет-захопленості на розвиток рефлексії у підлітків / О. В. Стрільчук // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Технології психологічного впливу в сучасних умовах». – Черкаси, 2014. – С. 64-66.
189. Стрільчук О. В. Зміна підходів до вивчення медіакультури підлітків в інтернет-середовищі / О. В. Стрільчук // Збірник матеріалів V Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених «Наукова молодь-2017» – К.: ІТЗН НАПН України, 2017. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/view/divisions/gen=5Fres=5Fiitzn/2017.html>.
190. Стрільчук О.В. Стрільчук О.В. Інтернет-захопленість як проблема сучасної сім'ї / О. В. Стрільчук // Сімейна політика в Україні: проблеми і перспективи розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [Ред. кол. І. Г. Губеладзе та ін.] – К., 2018. С. 169-174.
191. Основні принципи розвитку медіакультури в сучасних українських школах / О. В. Стрільчук // Збірник матеріалів VII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених «Наукова молодь-2019» (Київ, 4 жовтня 2019 р.). – К.: ЦП Компринт, 2019. – С. 49-51.
192. Субашкевич І. Р. Медіапсихологічні чинники формування ціннісно-сміслової сфери студентської молоді: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Ірина Романівна Субашкевич; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. К., 2017.

193. Талер. Р., Санстейн К. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір / Пер. з англ. О. Захарченко. К.: Наш формат, 2017. 312 С.
194. Татенко В. О. Психологія впливу: суб'єктна парадигма. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2000. Вип. 3 (6). С. 3-18.
195. Татенко В. Соціально-психологічні механізми впливу людини на людину. *Соціальна психологія*. 2003. № 1. С. 60-72.
196. Терещук Н. В. Ігрова залежність у підлітковому віці як форма адкитивної поведінки. *Практична психологія та соціальна робота*. 2009. № 1. С. 31-41; № 2. С. 9-13; № 3. С. 22-25.
197. Тітова Т. Є., Красильна К. О. Особливості ціннісно-сміислової саморегуляції підлітків. *Психологія і особистість*. № 1 (11). 2017. С. 155-163.
198. Тренінг «Протистояння маніпуляціям». URL: http://lt.multycourse.com.ua/public_html/files_uploaded/files/pdf (дата звернення: 11.04.2018).
199. Федоров А. В. Медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика и медиакультура. *Высшее образование в России*. 2005. № 6. С. 134-138.
200. Федоров А. В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия. *Инновации в образовании*. 2007. № 4. С. 30-47.
201. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
202. Федоров А. Медіаосвіта: цикл творчих завдань для школярів. *Відкритий урок*. 2008. № 4. С. 51-56.
203. Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М.: Изд-во Института психотерапии, 2002. 339 с.
204. Фуко М. Мысль о Внешнем. *Современные стратегии культурологических исследований: труды Института европейских культур*. Вып. 2. М.: РГГУ, 2008. С. 318-347.
205. Халперн Д. Психология критического мышления. СПб.: Питер, 2000. 512 с.

206. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. 4-е межд. изд. СПб.: «ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК», «Издательский дом НЕВА», 2002. 448 с. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/01.htm> (дата звернення: 23.11.2018).
207. Хомерики Н. С. Индивидуально-психологические особенности подростков с интернет-зависимым поведением: автореф. дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.04 / Нина Сергеевна Хомерики; Московский государственный медико-стоматологический университет им. А. И. Евдокимова. СПб., 2013. 24 с. URL: <http://www.dissercat.com/content/individualno-psikhologicheskie-osobennosti-podrostkov-s-internet-zavisimym-povedeniem#ixzz4lxDtkmmh> (дата звернення: 4.04.2020).
208. Хомский Н. Будет так, как скажем мы. М.: Азбука-Аттикус, 2013 – 256 с. URL: http://loveread.ec/view_global.php?id=43882
209. Чаплинська Ю. С. Психологічні механізми парасоціальних стосунків молоді. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*. 2015. Випуск 7. С. 328-343.
210. Циганенко Г. В. Соціально-психологічні механізми політико-ідеологічного самовизначення молоді дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Галина Валентинівна Циганенко; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. К., 2005.
211. Чарушнікова В. М., Гарагуля М. В. Комп'ютерна залежність. Вигадка чи реальна загроза. *Психологічна служба Харківщинини. Соціологічне дослідження*. 2006. № 2. С. 25-33.
212. Чемерис І. Медіаосвіта за кордоном: теорії медіаосвіти та коротка історія розвитку. *Вища освіта України*. 2006. № 3. С. 104-108.
213. Череповська Н. І. Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення та творчого сприймання: методичні рекомендації. К.: МІЛЕНІУМ, 2014. 116 с.
214. Череповська Н. І. Медіаосвітні і медіа педагогічні принципи формування особистісної медіакультури. Медіапсихологічні принципи і психологічні механізми формування візуальної медіакультури учнів. *Медіапсихологія:*

- на перетині інформаційного та медіаосвітнього просторів: монографія / за наук. ред. Л.А. Найдьоновой, Н.І. Череповської. К.: Міленіум, 2014. С. 250-268.
215. Череповська Н. І. Психологічний захист від маніпулятивного впливу реклами. *Соціальна психологія*. 2007. Спеціальний випуск. С. 101-107.
216. Чуба О. Формування критичного мислення як психолого-педагогічна проблема сучасності. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2013. № 3. С. 202-208.
217. Чудова Н. В. Особенности образа Я «жителя» интернета. *2-ая Российская конференция по экологической психологии*. Сборник материалов. М.: Экопсицентр РОСС, 2000. С. 269-270.
218. Шейнов В. П. Психологическое заражение. *Манипулирование сознанием*. Минск: Харвест, 2010. 768 с. (Раздел 4.2.) URL: <https://studfile.net/preview/4166574/> (дата звернення: 15.03.2018).
219. Шишко Н. С. Особливості впливу соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя старшокласників. *Медіаосвіта в умовах інформаційної війни: психологічні та педагогічні аспекти*: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (20-21 червня 2017) URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/shyshko-n-s-osoblyvosti-vplyvu-sotsialnyh-internet-praktyk-na-psyhologichne-blagopoluchchya-starshoklasnykiv/>
220. Шнейдер Р. Психология идентичности: учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 328. с.
221. Эяль Н. На крючке. Как создавать продукты формирующие привычки. М.: «Манн, Иванов и Фебер», 2017. 272 С.
222. Юр'єва Л. М., Більбот Т. Ю. Скринінгова діагностика комп'ютерної залежності. *Архів психіатрії*. 2005. № 3 (42). С. 12-15.
223. Юрьева Л. Н., Бильбот Т. Ю. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика. Днепропетровск: Пороги, 2006. 196 с.

224. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности. *Мир России*. 1995. № 3-4. С. 158-181.
225. Ясюкова Л. А., Белавина О. В. Социальный интеллект детей и подростков. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. 181 с.
226. Bazelgette C. (ED.) (1992) *Media Education Worldwide: UNESCO*. 256 P.
227. Knapp P., Beck T. A. Cognitive therapy: foundation, conceptual models, applications and reaserch. *Revista Brasileira De Psiquiatria*. 2008; 30 (Suppl II). P. 54-64
228. Brown K., Cole M. Fifth Dimension and 4-H: Complementary goals and strategies. *The 4-H Center for Youth Development*. 1997. Vol. 3 (4). P. 1-8.
229. Braun V., Clarke V. *Succesful Qualitative Reserch*. Los Angeles, SAGE, 2013. 401 p.
230. Cole M. *Cultural psychology: A once and future discipline*. Cambridge: Harvard University Press; Italian translation, Morata Publisher, 1999. 31 p.
231. Davi R., Flett G., Bessre A. Validation of a new scale for measuring problematic Internet use: Implications for pre-employment screening. *CyberPsychol & Behavior*. 2002. Vol. 5, № 4. P. 331-345.
232. Etechells P. Five damaging myths about video games – let’s shoot ‘em up URL: www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/may/12/millennials-drive-board-games-revival.
233. Francesca S. Internet Addiction Disorder (IAD). *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2015. Vol. 191. P. 1372-1376. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/82442975.pdf> (дата звернення: 30.03.2020).
234. Goldberg I. (1995). IAD, in Cinti M. E.(a cura di) *Internet Addiction Disorder un fenomeno sociale in espansione* (pp.6-7). Available:<http://www.iucf.indiana.edu/brown/hyplan/addict.html>.
235. Greenfield D. (1999) *Virtual addiction: Help for Netheads, Cyberfreaks, and Those Who Love Them*. Oakland: New Harbinger Publ. 168 P.

236. Griffiths M. Internet addiction: An issue for clinical psychology? *Clin Psychol Forum*. 1996;97:32–6
237. Hall A., Parsons J. Internet Addiction: Student case study using best practices in cognitive behavior therapy. *Journal Mental Health Couns.* 2001. № 23. P. 312-327.
238. Hart A. (Ed.) (1998) *Teaching the Media. International Perspectives*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. 208 P.
239. Kardefelt-Winther D. Excessive internet use – fascination or compulsion? London School of Economics and Political Science, 2014. 367 P. URL: <https://www.researchgate.net/publication/274137641> (дата звернення: 7.02.2020).
240. Kumar N., Kumar A., Mahto S.K. et al. (2019) Prevalence of excessive internet use and its correlation with associated psychopathology in 11th and 12th grade students. *Gen. Psychiatr.*, Apr 20, 32(2): e100001
241. Lemke J. Traversing discursive worlds: spaces, places, pacing and timing in discursive activity. Paper presented at DeXUS Summer Institute of Discourse Studies. Aalborg, 18-23 August. 2003. URL: www-personal.umich.edu/~jaylemke/papers/DeXUS2003.htm (дата звернення: 2.06.2018).
242. Luskin B. J. *Media Psychology: A Field Whose Time is Here*. The California Psychologist. 2003. May/June. URL: <https://www.apadivisions.org/division-31/publications/articles/california/luskin.pdf> (дата звернення: 22.10.2019).
243. Masterman L.: *Teaching the Media*. London: Comedia Publishing Group, 1985. 348 p. URL: <https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/view/830/737> (дата звернення: 8.03.2018).
244. Nye J. S. Jr. *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. Public Affairs. 2005. — 130 p.
245. Oremus W. Addiction for fun and Profit // slate.com/technology/2017/11/facebook-was-designed-to-be-addictive-does-that-make-it-evil.html.

246. Orzack M. Computer Addiction: What Is It? *Psychiatric times*. 1998. 1 August. Vol. 15. Issue 8. URL: <https://www.psychiatrictimes.com/internet-addiction/computer-addiction-what-it> (дата звернення: 15.06.2019).
247. Pyrczac F., Randall R. Bruce. *Wrighting Empirical Research Reports. A Basic Guide for Students of the Social and Behavioral Sciences/ Eight Edition*. California State University, Los Angeles. 2017 169 p.
248. Flake J. K., Pek J Hehman E. Constract Validation in Social and Personality Research: Cerrent Practice and Recommendations. *Social Psychological and Personality Science/ 2017, Vol/ 8 (4) 370-378* Roberts L. Electronic Opium: Computer Addiction in the Internet Age. 1997. URL: <http://cse.stanford.edu/classes/cs201/projects-95-96/computer-addiction/index.html> (дата звернення: 02.06.2019)
249. Roberts L. Electronic Opium: Computer Addiction in the Internet Age. 1997. URL: <http://cse.stanford.edu/classes/cs201/projects-95-96/computer-addiction/index.html> (дата звернення: 02.06.2019).
250. Suler J. Bringing Online and Offline Living Together. *The psychology of cyberspace*. 2000. Jan. Vol. 1. URL: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/integrate.html> (дата звернення: 14.03.2019).
251. Suler J. Life at the Palace. A Cyberpsychology Case Study. *The Psychology of Cyberspace*. 1996, May. URL: <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/palacestudy.html> (дата звернення: 22.04.2019).
252. Surratt C. Netaholics? The Creation of a Pathology. Commark, N. Y. Nova Science Publ., 1999. 222 P.
253. Shotton M. (1991).The costs and benefits of computer addiction . *Behaviour and Information Technology*, 10, 219 – 230
254. Strilchuk O. V. The cognitive methods of protection the adolescences' mental health in theWorldWideWeb/ O. V. Strilchuk // *Mental Health Global Challenges*, November, 2018. [Електроний ресурс]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/328948146_Mental_Health_global_challenges_Journal_-_2018

255. Watson Glaser Critical Thinking Appraisal. Assessment Day. URL: <https://www.assessmentday.co.uk/watson-glaser-critical-thinking.htm> _____ (дата звернення: 20.10.2018).
256. Wen Li, Jennifer E. O'Brien, Susan M. Snider, Matthew O. Howard. Diagnostic Criteria of Problematic Use among US University Students: A Mixed-Method Evaluation. *PLOS ONE*. 2016. Vol. 11 (1). January 11. URL: https://www.researchgate.net/publication/290607294_Diagnostic_Criteria_for_Problematic_Internet_Use_among_US_University_Students_A_Mixed-Methods_Evaluation (дата звернення: 14.03.2020).
257. Wolf M. Skim reading is a new normal. The effect of society is profound // www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/25/skim-reading-new-normal-maryanne-wolf.
258. Wright M. Social media giants using «unethical» persuasion techniques to keep children hooked, psychologists warn. *The Telegraph*. 2018. 9 August. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/2018/08/09/social-media-giants-using-unethical-persuasion-techniques-keep/> (дата звернення: 16.03.2019).
259. Young K. S. Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*. 1998. Vol. 1 (3). P. 237-244. URL: <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237> (дата звернення: 2.05.2020).
260. Young K., Pistner M., O'Mara J., Buchanan J. Cyber disorders: the mental health concern for the new millennium. *CyberPsychology & Behavior*. 1999. Vol. 2 (5). P. 475-479.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Тест «Шкала інтернет-залежності С. Чена.» в адаптації В. Малигіна,
К. Феклісова

Шановний друже!

Пропонуємо тобі взяти участь у важливому науковому дослідженні. Дай будь-ласка відповіді на запитання. Пам'ятай, що не існує правильних та неправильних відповідей не існує. Для нас важлива твоя думка. Повна конфіденційність наданої інформації гарантується!

З метою об'єднання результатів кількох анкет просимо вказати наступну інформацію:

Прізвище _____
 Ім'я _____
 Клас _____
 Вік _____ Стать _____

Інструкція

Висловіть своє ставлення щодо наведених нижче суджень за п'ятибальною шкалою.

Обведіть кружечком один із трьох варіантів відповідей:

- 1 – повністю не згоден
- 2 – швидше не згоден
- 3 – важко відповісти
- 4 – швидше згоден
- 5 - повністю згоден

Твердження	ПОВНІСТЮ НЕ ЗГОДЕН	ШВИДШЕ НЕ ЗГОДЕН	ВАЖКО ВІДПОВІСТИ	ШВИДШЕ ЗГОДЕН	ПОВНІСТЮ ЗГОДЕН
1. Мені не раз казали, що я проводжу занадто багато часу в інтернеті (соціальні мережі, он-лайн ігри, YouTube, інформаційні сайти інше)	1	2	3	4	5
2. Я відчуваю себе некомфортно, якщо я не буваю в інтернеті протягом певного періоду часу	1	2	3	4	5
3. Я помічаю, що в се більше часу проводжу в мережі	1	2	3	4	5
4. Я відчуваю роздратування, коли інтернет відключений або недоступний	1	2	3	4	5
5. Я відчуваю себе повним сил, перебуваючи он-лайн попри втому, що відчувалась перед цим	1	2	3	4	5
6. Я залишаюсь в мережі протягом більш тривалого періоду часу, хоча мав (мала) намір зайти лише «на хвилинку»	1	2	3	4	5
7. Хоча використання інтернету негативно впливає на мої відносини з деякими людьми, кількість часу витраченого на інтернет залишається	1	2	3	4	5

незмінною					
8. Декілька разів я спав (спала) менше чотирьох годин через те, що «завис» (зависла) в інтернеті	1	2	3	4	5
9. Останнім часом я став (стала) проводити більше часу в мережі, ніж це було раніше	1	2	3	4	5
10. Я переживаю або засмучуюсь, коли доводиться перестати користуватись інтернетом на певний період часу	1	2	3	4	5
11. Мені не вдається подолати бажання зайти в мережу	1	2	3	4	5
12. Я помічаю, що виходжу в інтернет замість особистої зустрічі з друзями	1	2	3	4	5
13. В мене болить спина або я відчуває інший фізичний дискомфорт після тривалого перебування в інтернеті	1	2	3	4	5
14. Думка зайти в інтернет приходить мені першою, коли я прокидаюсь вранці	1	2	3	4	5
15. Часте перебування в інтернеті нерідко призводило до неприємностей у школі	1	2	3	4	5
16. Я часто говорю собі «ще трошки» перебуваючи в інтернеті	1	2	3	4	5
17. Перебуваючи поза мережею я відчуваю, що пропускаю щось важливе	1	2	3	4	5
18. Моє спілкування із членами родини скорочується через використання інтернету	1	2	3	4	5
19. Я менше відпочиваю через використання інтернету	1	2	3	4	5
20. Навіть відключившись від інтернету після завершення певних справ в мене не виходить подолати бажання зайти туди знову	1	2	3	4	5
21. Моє життя було б безрадісним, якби не було інтернету	1	2	3	4	5
22. Перебування в інтернеті негативно вплинуло на моє фізичне самопочуття	1	2	3	4	5
23. Я стараюсь витратити менше часу в інтернеті, але марно	1	2	3	4	5
24. Для мене стає звичною справою спати менше, щоб провести більше часу в інтернеті	1	2	3	4	5
25. Мені необхідно все більше часу проводити в інтернеті, щоб отримувати те ж задоволення, що й раніше	1	2	3	4	5
26. Деколи в мене не виходить поїсти вчасно через те, що я сиджу в інтернеті	1	2	3	4	5

Шкали тесту (CIAS) на визначення інтернет захопленості:

Com(симптоми компульсвності): 21, 26, 27, 30, 32, 36, 37, 39

Wit (симптоми відміни): 2, 6, 8, 18, 33

Tol (симптоми толерантності): 4, 10, 16, 41

ІН (внутрішнь особистісні проблеми зі здоров'ям): 25, 29, 35, 38, 12, 23, 34, 28

ТМ (шкала управління часом): 1, 14, 31, 40, 42

Оцінка рівня інтернет-залежності: загальний CIAS бал (Wit+ Tol+ ІН+ ТМ+Com)

Опрацювання результатів опитувальника (сума всіх пунктів шкали):

Відсутність інтернет-захопленості – 0-27 б.

Мінімальний ризик до формування інтернет-залежності – 27-42 б.

Схильність до формування інтернет-залежності– 43-64 б.

Інтернет-залежність – 65 б. і більше.

**Шкала на «Надання переваги інтернету перед реальним життям» опитувальника
«Сприйняття інтернету» Щипіліної Є.**

№	Твердження	ПОВНІСТЮ	ШВИДШЕ НЕ ЗВАЖАЮ	ВАЖКО	ШВИДШЕ	ПОВНІСТЮ ЗВАЖАЮ
1.	Перебуваючи в інтернеті, я відчуваю себе частиною чогось більшого	1	2	3	4	5
2.	Мене влаштовують закони і правила віртуального світу значно більше, ніж реального	1	2	3	4	5
3.	Коли я в інтернеті я інший, ніж у реальному	1	2	3	4	5
4.	В інтернеті я реалізуюсь як особистість краще, ніж в реальному житті	1	2	3	4	5
5.	Інколи мені здається, що люди в мережі розуміють мене краще, ніж у реальному житті	1	2	3	4	5
6.	Інколи віртуальний світ мені здається більш привабливим ніж реальний	1	2	3	4	5
7.	Зазвичай в мережі я відчуваю себе комфортніше, ніж у реальному житті	1	2	3	4	5
8.	Те, що відбувається в мережі часто значно цікавіше того, що відбувається в реальному житті	1	2	3	4	5
9.	В інтернеті я відчуваю себе більш впевнено, ніж у реальному житті	1	2	3	4	5
10.	Я сприймаю себе в інтернеті інакше, ніж у реальному житті	1	2	3	4	5
11.	Трапляється, що в реальному житті я стараюсь діяти як у віртуальному	1	2	3	4	5

ДОДАТОК Б

**Текст опитувальника на дослідження прояву соціально-психологічних механізмів
формування медіакультури**

Шановний друже!

Пропонуємо тобі взяти участь у важливому науковому дослідженні. Дай будь-ласка відповіді на запитання. Пам'ятай, що не існує правильних та неправильних відповідей. Для нас важлива твоя думка. Повна конфіденційність наданої інформації гарантується!

З метою об'єднання результатів кількох анкет просимо вказати наступну інформацію:

Прізвище _____

Ім'я _____

Клас _____

Вік _____ Стать _____

Інструкція

Висловіть своє ставлення щодо наведених нижче суджень за п'ятибальною шкалою. Обведіть кружечком один із трьох варіантів відповідей:

1 – повністю не згоден

2 – швидше не згоден

3 – важко відповісти

4 – швидше згоден

5 - повністю згоден

	Твердження	повністю не згоден	швидше не згоден	важко відповісти	швидше згоден	повністю згоден
1.	Для мене інтернет – це те середовище, де я можу реалізуватись краще, ніж у реальному житті	1	2	3	4	5
2.	Найбільше я надаю перевагу перебуванню в соціальних мережах	1	2	3	4	5
3.	Я регулярно обновлюю свій статус у соціальних мережах	1	2	3	4	5
4.	Я часто робив в інтернеті необдумані покупки	1	2	3	4	5
5.	Я прагну, щоб у моєї сторінки в соціальних мережах було найбільше підписників серед однолітків	1	2	3	4	5
6.	Я вважаю, щоб бути успішним серед однолітків необхідно когось наслідувати в інтернеті	1	2	3	4	5
7.	Через різноманітність думок в інтернеті мені важко виділити істинну	1	2	3	4	5
8.	Я підписаний на велику кількість інтернет-блогів (або YouTube-каналів)	1	2	3	4	5
9.	Я помічаю, як шукаючи якийсь товар в інтернеті, мені пропонують його рекламу на всіх сторінках	1	2	3	4	5
10.	Для мене взагалі немає значення, правдива це інформація, чи «фейк», від цього все-одно нічого не зміниться	1	2	3	4	5
11.	Інколи я думаю, що краще бути героєм комп'ютерної гри, ніж так невесело проводити час як я роблю це зараз	1	2	3	4	5
12.	Я б частіше робив в інтернеті покупки, якби в мене було більше фінансових можливостей	1	2	3	4	5
13.	Я стараюсь оцінювати критично будь-які повідомлення в мережі	1	2	3	4	5
14.	В мене є комп'ютерні герої з якими я себе асоціюю	1	2	3	4	5
15.	Я неодноразово замислювався, що все в інтернеті	1	2	3	4	5

	побудовано так, щоб максимально залучити користувача					
16.	Не важливо, що люди говорять в інтернеті, важливо, що є можливість висловити свою думку	1	2	3	4	5
17.	Я розумію, чому одні відео на YouTube популярніші за інших	1	2	3	4	5
18.	Інформація залишена про себе в інтернеті насправді нікого не цікавить	1	2	3	4	5
19.	Я довіряю усій інформації в інтернеті	1	2	3	4	5
20.	Я не розмішую свої фото в мережі попередньо не застосувавши «фільтрів»	1	2	3	4	5
21.	Я ніколи не замислювався, чому я надаю перевагу тим чи іншим відео на YouTube, мені просто цікаво і все	1	2	3	4	5
22.	Я неодноразово замислювався, за рахунок чого найвідоміші блогери стали такими популярними	1	2	3	4	5
23.	Мені неодноразово доводилося брати участь в різноманітних «челенджах»	1	2	3	4	5
24.	Мені багато в чому не подобається сучасне інтернет суспільство	1	2	3	4	5
25.	Мені доводилось думати на тим, чи вплине на мене у майбутньому надмірна захопленість відеоіграми	1	2	3	4	5
26.	Для мене важливо якомога найшвидше розмістити інформацію в інтернеті	1	2	3	4	5
27.	Я відстежую чийсь наміри наштотвхнути мене на певні думки та дії	1	2	3	4	5
28.	Люди, які стали популярними завдяки YouTube, викликають у мене захоплення	1	2	3	4	5
29.	Важко відстежити як спливає час, перебуваючи в інтернеті	1	2	3	4	5
30.	Для підвищення рейтингу власної сторінки варто додавати до своїх друзів усіх, хто надсилає запит	1	2	3	4	5
31.	Я помічаю, як Youtube формує відеоряд за моїми вподобаннями	1	2	3	4	5
32.	Для мене важливо отримувати «лайки» за власні фото та відео	1	2	3	4	5
33.	Соціальні мережі дозволяють справити яскраве враження про себе і я користуюсь цією можливістю	1	2	3	4	5
34.	Я довго обдумую наперед, чи варто мені щось розміщувати чи писати в інтернеті	1	2	3	4	5
35.	Інколи корисно займатись інтернет-цькуванням для підвищення самооцінки	1	2	3	4	5
36.	Я завжди розумію, яку мету переслідують ті, хто створює інформацію	1	2	3	4	5
37.	Навіщо відшукувати правду серед купи «інформаційного сміття», краще не вірити всьому і одразу	1	2	3	4	5
38.	Я звертаюсь до різних джерел, щоб перевірити отриману інформацію	1	2	3	4	5
39.	Єдине, що варте уваги в інтернеті – це он-лайн відеоігри	1	2	3	4	5
40.	Мене дратують заклики в соціальних мережах постійно щось писати чи оновлювати інформацію про себе	1	2	3	4	5
41.	Немає нічого поганого в тому, щоб займатися тролінгом в інтернеті, це, принаймні, кумедно	1	2	3	4	5
42.	Я помічаю, як все більше залишаю особистої інформації про себе в інтернеті	1	2	3	4	5
43.	Я часто роблю селфі та викладаю його в мережу, бо мені приємно, що мною захоплюються інші	1	2	3	4	5
44.	Я сумніваюсь у змісті деяких повідомлень в мережі	1	2	3	4	5
45.	Найцікавіше для мене в інтернеті - це переглядати відео на Youtube	1	2	3	4	5
46.	Я думаю, що завдяки інтернету отримати все і одразу	1	2	3	4	5

	значно простіше, ніж це було раніше					
47.	Якби інші не користувались соціальними мережами, я б не робив би це із власної волі	1	2	3	4	5
48.	Я додаю до своїх друзів лише тих, кого знаю або тих, кому довіряю	1	2	3	4	5
49.	Потрапити на відео, яке знімають мої однолітки мені видається небезпечним	1	2	3	4	5
50.	Мені часто вдається розрізнити неправдиві повідомлення	1	2	3	4	5
51.	На мою думку, немає необхідності постійно аналізувати знайдену в інтернеті інформацію, я просто, щось читаю і дивлюсь для власного задоволення	1	2	3	4	5
52.	Для збільшення популярності власного блогу інколи варто йти на екстремальні вчинки	1	2	3	4	5
53.	Я завжди розумію, яку мету переслідують ті, хто створює інформацію	1	2	3	4	5
54.	Мені здається, соціальні мережі та інтернет сервіси створені лише для того, щоб маніпулювати людьми	1	2	3	4	5
55.	Я завжди переглядаю найпопулярніші в інтернеті відео	1	2	3	4	5
56.	В мене немає сторінки в жодній із соціальних мереж	1	2	3	4	5
57.	Я проводжу час в інтернеті виключно заради спілкування	1	2	3	4	5
58.	На моїй інтернет-сторінці лише кілька фото	1	2	3	4	5
59.	Комп'ютерні ігри – це штучно створений світ, який не несе жодної цінності	1	2	3	4	5
60.	Я переглядаю велику кількість кумедних відео, вони підіймають мені настрій	1	2	3	4	5
61.	Я регулярно цікавлюсь політичними та економічними новинами в державі та світі	1	2	3	4	5
62.	Я вже неодноразово розміщував власні відео на Youtube	1	2	3	4	5
63.	Я байдужий (а) до популярних блогерів, бо без інтернету вони нічого не варті					
64.	В мене є комп'ютерні герої з якими я себе асоціюю					

ДОДАТОК Б1

Анкета на визначення типів інтернет-медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю

1	Я люблю просто перебувати в інтернеті без визначеної мети, для мене це можливість провести вільний час	1	2	3	4	5
2	Я використовую інтернет лише тоді, коли треба знайти матеріал для особистих чи навчальних потреб	1	2	3	4	5
3	В інтернеті я переважно поширюю інформацію чужого авторства	1	2	3	4	5
4	В інтернеті я постійно прагну щось створювати (відео, пости, наповнювати сторінки у соціальних мережах)	1	2	3	4	5
5	Я завжди розумію, з якою метою я звертаюсь до інформації в інтернеті (дивлюсь певні відео, читаю інформацію, спілкуюсь)	1	2	3	4	5
6	Я завжди обдумую для чого я розміщую фото, пости та відео в інтернеті	1	2	3	4	5

ДОДАТОК В

Текст напівструктурованого інтерв'ю на дослідження прояву соціально-психологічних механізмів формування медіакультури в підлітків з інтернет-захопленістю

- 1) Якими соціальними медіа ви користуєтесь?
- 2) Чи граєте ви у комп'ютерні ігри (он-лайн відеоігри)?
- 3) Що більше характерно для вас: цілеспрямовано звертатись до певного ресурсу, чи просто блукати інтернетом (соціальними мережами, іншими сервісами)?
- 4) Ви можеш назвати перелік дій, які зазвичай роблять користувачі соціальних мереж?
- 5) З якою метою ви зазвичай шукаєте інформацію?
- 6) Що впливає на ваш вибір?
- 7) Чи багато у вас фото в соціальних мережах?
- 8) Які саме фото домінують на вашій сторінці? (фото сторонніх об'єктів (природа, тварини тощо, художні зображення, власні фото)
- 9) Чи є ті, кого ти відслідковуєш в інтернеті?
- 10) Чи властиво вам поширювати (ділитися) різноманітною інформацією в інтернеті?
- 11) Якщо так, то якою саме і чому?
- 12) Чи важливо для вас отримувати лайки, коментарі в соціальних мережах?
- 13) Якщо так, то чому?
- 14) Чи доводилось вам висловлюватись в інтернеті всупереч загальній думці?
- 15) Якщо так, який вигляд мали такі повідомлення: критика когось на фоні загальних схвальних відгуків, чи висловлення своєї позиції з приводу певних подій, чи чийось дій?
- 16) Чи детально ви вивчаєте повідомлення перед тим як його поширити (поділитися ним), чи робите це автоматично?
- 17) Як ви можете охарактеризувати свою сторінку у соціальних мережах по її змістовому наповненню?
- 18) Ви можете описати чким чином ви аналізуєте повідомлення в інтернеті?
- 19) Чи є такі повідомлення, яким ви повністю довіряєте?
- 20) Якщо так, то чому?
- 21) Чи задумувалися ви, чому одні повідомлення, відео тощо, цікавлять вас більше за інші?
- 22) Як ви вважаєш, ваша презентація в інтернеті (образ в соціальних мережах) відповідає дійсності?

- 23) Якщо ні, то чому?
- 24) Чи вважаєте ви, що образ створений в інтернеті певним чином впливає на поведінку сучасних школярів?
- 25) Якщо так, то як саме?
- 26) Чи можеш ви сказати те саме про себе?
- 27) Якщо ви граєте у компютерні ігри, можете назвати основні причини, чим вони вас приваблюють?
- 28) Що у вашому розумінні значить досягти успіху?
- 29) Вам характерно створювати повідомлення, відео, тощо в інтернеті авторського змісту?
- 30) Якщо так, то який характер вони носять зазвичай?
- 31) Чи задумувались ви яка їх основна мета?
- 32) Чи задумувались ви над тим, яку цінність вони несуть для вас і для інших користувачів?
- 33) Чи є якісь нові соціальні медіа, які викликають у вас інтерес більше, ніж ті, якими ти зараз користуєшся?
- 34) Якщо так, то чому?

ДОДАТОК Г


Зміст авторської програми розвитку медіакультури підлітків з інтернет-захопленістю

№ заняття	Зміст заняття	К-сть годин																						
<p>Заняття 1. Вступ. Теоретична частина.</p>	<p><i>Мета:</i> ознайомити учасників з основною проблематикою курсу, роз'яснення ключових понять. Привітання-розминка. Кожен з учасників відповідає на запитання «хто я, і чим я цікавлюсь».</p> <p><i>Інформаційна частина, міні-лекція:</i> Мета запропонованого тренінгу – спробувати порозмірковувати над певними проблемами, а саме: що таке інформація, яку роль вона відіграє для дорослої людини, для дитини, учня старших класів. Ми часто можемо почути протилежні думки на кшталт: «людині (навіть сучасній) не потрібно так багато інформації, а також протилежну їй: «кожен має отримати доступ до максимально більшої кількості інформації». Як би ви прокоментували ці висловлювання? Чи є ви прихильниками якогось із них?</p> <p>Коли ми ведемо мову про інформацію, ми можемо розділити її на окремі типи (наприклад: навчальна, розважальна, пізнавальна) за значенням: корисна, шкідлива, нейтральна. Яким чином ви обираєте інформацію особисто для себе? Який тип інформації, на вашу думку, переважає в житті сучасного підлітка, дитини.</p> <p>Ми з вами говорили про споживання інформації, але інтернет надає нам можливість її створювати. Як ви розумієте поняття «творення інформації»? (учні перелічують). Які з них найбільше подобаються особисто вам? Всі думки учасників фіксуються у наочній формі.</p> <p>Подорожуючи у світі інформації, ми повинні розуміти, що не вся вона створена лише на благо, а більшість її авторів переслідують певну мету. Інтернет – це середовище безперервного впливу. Обговорення проблеми розуміння учнями понять впливу, маніпуляції, провокації. Чи важливо молодому поколінню взагалі захищатись від зовнішнього впливу? Чи володієте, наприклад, ви достатніми навиками, щоб впевнено почуватись в інформаційному просторі? Давайте розглянемо таблицю, де перелічені якості, що можуть захистити або, навпаки, сприяти маніпуляціям (якості подані у хаотичному порядку, учні мають з'єднати протилежні між собою) [2]:</p> <table border="1" data-bbox="389 1290 1401 1733"> <thead> <tr> <th data-bbox="389 1290 1034 1323">Захищають від маніпуляцій</th> <th data-bbox="1034 1290 1401 1323">Сприяють маніпуляції</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="389 1323 1034 1357">Завжди усвідомлювати для чого (рефлексія)</td> <td data-bbox="1034 1323 1401 1357">Сприймати все підряд</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1357 1034 1391">Твердість переконань</td> <td data-bbox="1034 1357 1401 1391">Відсутність власної позиції</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1391 1034 1447">Якщо погоджуватись з чимось, то лише все зваживши</td> <td data-bbox="1034 1391 1401 1447">Завжди пристосовуватись до ситуації</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1447 1034 1480">Вміти поглянути на речі з боку</td> <td data-bbox="1034 1447 1401 1480">Орієнтуватись лише на власні почуття</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1480 1034 1536">Бути здатним до здорової самокритики</td> <td data-bbox="1034 1480 1401 1536">Самообмануватись та впертість</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1536 1034 1570">Розвивати свої погляди</td> <td data-bbox="1034 1536 1401 1570">Дотримуватись стереотипів та, звичок</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1570 1034 1603">Проявляти інтелектуальну гнучкість</td> <td data-bbox="1034 1570 1401 1603">Потребувати конкретних визначень</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1603 1034 1637">Бути самостійним в своїх діях</td> <td data-bbox="1034 1603 1401 1637">Орієнтуватись на авторитети (факти)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1637 1034 1693">Проявляти розумну принциповість (в конфліктах)</td> <td data-bbox="1034 1637 1401 1693">Приєднуватись до поведінки в конфліктах</td> </tr> <tr> <td data-bbox="389 1693 1034 1727">Володіти внутрішньою свободою</td> <td data-bbox="1034 1693 1401 1727">Бути залежним (зокрема від думки інших)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Коллективне обговорення представлених якостей, розуміння їх змісту. Чи притаманні такі якості всім людям від народження, чи їх можливо розвинути? Чи необхідно їх розвивати сучасному підлітку?</p> <p>Отже, давайте підсумуємо, чи маємо ми розуміти для чого нам інформація, чи потрібно нам розуміти мету з якою ми звертаємось до інформації? Формулювання та роз'яснення поняття медіакультури особистості. Її основні функції та мета якраз спрямовані на те, щоб захистити молодого споживача від негативного впливу мережі, збагатити необхідним набором знань для розпізнавання зовнішніх небезпек та усвідомлення внутрішніх мотивів взаємодії з інтернетом.</p> <p>Саморефлексія засвоєного матеріалу за схемою:</p>	Захищають від маніпуляцій	Сприяють маніпуляції	Завжди усвідомлювати для чого (рефлексія)	Сприймати все підряд	Твердість переконань	Відсутність власної позиції	Якщо погоджуватись з чимось, то лише все зваживши	Завжди пристосовуватись до ситуації	Вміти поглянути на речі з боку	Орієнтуватись лише на власні почуття	Бути здатним до здорової самокритики	Самообмануватись та впертість	Розвивати свої погляди	Дотримуватись стереотипів та, звичок	Проявляти інтелектуальну гнучкість	Потребувати конкретних визначень	Бути самостійним в своїх діях	Орієнтуватись на авторитети (факти)	Проявляти розумну принциповість (в конфліктах)	Приєднуватись до поведінки в конфліктах	Володіти внутрішньою свободою	Бути залежним (зокрема від думки інших)	45 хв
Захищають від маніпуляцій	Сприяють маніпуляції																							
Завжди усвідомлювати для чого (рефлексія)	Сприймати все підряд																							
Твердість переконань	Відсутність власної позиції																							
Якщо погоджуватись з чимось, то лише все зваживши	Завжди пристосовуватись до ситуації																							
Вміти поглянути на речі з боку	Орієнтуватись лише на власні почуття																							
Бути здатним до здорової самокритики	Самообмануватись та впертість																							
Розвивати свої погляди	Дотримуватись стереотипів та, звичок																							
Проявляти інтелектуальну гнучкість	Потребувати конкретних визначень																							
Бути самостійним в своїх діях	Орієнтуватись на авторитети (факти)																							
Проявляти розумну принциповість (в конфліктах)	Приєднуватись до поведінки в конфліктах																							
Володіти внутрішньою свободою	Бути залежним (зокрема від думки інших)																							

	<p>Факти, про які я не знав або не задумувався _____</p> <p>Інформація, що стала корисною для мене _____</p> <p>Запитання до тренера _____</p>										
<p>Модуль «Пасивне споживання»</p> <p>Заняття 2.</p>	<p><i>Мета:</i> навчити підлітка ставити запитання до інформаційного наповнення мережі, окреслювати стереотипні рамки, що застосовуються в інтернеті по відношенню до особистості та її соціально-психологічного оточення.</p> <p>Привітання з учасниками, знайомство кожен називає своє ім'я та три риси, які найбільше його характеризують</p> <p><i>Інформаційна частина.</i> Раніше лідером з надання інформації людям було телебачення, кілька десятків років тому з'явився інтернет. Спочатку він був не таким, можна сказати, однобоким (з однієї сторони тексти і картинки, а з іншої людина), але в інтернеті завжди можна було спілкуватись. В 2005 році з'явилась нова версія інтернету, так званий Веб.2.0., який започаткував усі ті сервіси, якими ви так активно користуєтесь. Але функція мережі як носія інформації також не зникла. Давайте розподілимо інтернет на дві складових: <i>інформаційна</i> (все що ми звідти читаємо, дивимось і слухаємо) та <i>інтерактивна</i> (все те, що ми створюємо та розмішуємо там самі: повідомлення, тексти, пости, власні фото інше). На цьому занятті ми поговоримо про інформаційну частину інтернету. Обговорення у формі колективних роздумів поняття споживання інформації, чи переслідують більшість сучасних людей певну мету такого споживання, чи роблять це автоматично. Чим відрізнялось споживання інформації тепер і в минулому. Обговорення поняття застосування стереотипів, смислових рамок. Оцінка рівня розуміння такого поняття учнями. Щоб зрозуміти особливості та призначення інформації в інтернеті давайте виконаємо деякі завдання.</p> <p><i>Евристична частина.</i> Виконання вправи на аналіз загального вигляду новинної стрічки. Інструкція: уявіть, що новини – це їжа, а новинна стрічка своєрідне інформаційне меню. Вам треба розсортувати «інформаційну їжу» по тарілках за наступними ознаками: Подумайте, чому кожна «страва» (новина) опинилася на тій чи іншій тарілці. Чому нам подають гидкі страви? Які страви домінують у меню? Як ви гадаєте навіщо?</p> <p>Фінальна саморефлексія: Факти, про які я не знав або не задумувався _____ Інформація, що стала корисною для мене _____ Запитання до тренера _____</p>	45 хв									
<p>Заняття 3.</p>	<p>Привітання. Вправа-розминка у вигляді гри на переконання: наскільки вдало на вашу думку, ви можете протистояти зовнішньому тиску. Для гри учні у трійках розраховуються на перший, другий і третій номери. Спочатку другі номери переконуватимуть перші вчинити щось (скажімо, з'їсти цукерку), а ті відмовлятимуться. Потім другі і треті номери разом умовлятимуть перші номери зробити це. Запитання для обговорення: коли важче було протистояти тиску? (Коли вмовляє кілька людей). Чому одна людина пропонує щось небезпечне іншій? (Можливо, вона хоче виправдати себе - мовляв, не я один такий, а й мій друг (брат, сестра) також курить, що тут такого?) Як протистояти тиску однолітків.</p> <p><i>Інформаційна частина:</i> більш детальне обговорення проблеми маніпуляції, провокації та впливу в інтернеті. Чи більша небезпека такого впливу на молоде покоління, чи всі в однаковій мірі піддаються йому.</p> <p>Вправа на аналіз повідомлень. Мета: виявлення прихованого та очевидного змісту. Учням пропонується обрати новину-фаворит. У формі мозкового штурму описується очевидний зміст такого повідомлення та виявляються ознаки очевидного впливу, якщо такі присутні.</p> <table border="1" data-bbox="395 1736 1404 1870"> <thead> <tr> <th>Повідомлення</th> <th>Очевидний</th> <th>Прихований</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Зміст</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Вплив</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Далі учасники діляться на дві групи, кожна з яких має виявити прихований зміст та вплив запропонованих повідомлень. Подальша презентація, обговорення чи вдалося виявити такий вплив, чи відрізняється очевидний вплив від прихованого. Які особливості загальних та персональних маніпулятивних повідомлень, на які короткострокові та довгострокові цілі вони спрямовуються. Чи достатньо виявити маніпулятивний зміст повідомлення, щоб захиститись від впливу, чи обов'язково</p>	Повідомлення	Очевидний	Прихований	Зміст			Вплив			45 хв
Повідомлення	Очевидний	Прихований									
Зміст											
Вплив											

	<p>вступати у якісь інші форми взаємодії з комунікантом (потенційним маніпулятором). Фінальна саморефлексія матеріалу: Факти, про які я не знав або не задумувався _____ Інформація, що стала корисною для мене _____ Запитання до тренера _____</p>											
<p>Модуль активне споживання Заняття 4.</p>	<p><i>Мета:</i> навчитись відслідковувати механізми впливу інтернет-сервісів на формування власних вподобань в інтернеті. Привітання. Вправа-розминка «Нав'язливе дзеркало» (рефлексивна інтерпретація вправи «Дзеркало»). Двом учасникам роздаються інструкції, першому необхідно зробити так, щоб «дзеркало» повторило його щоденні дії вдома, а потім піти по своїх справах залишивши «дзеркало» вдома. Задача іншого учасника ні на мить не залишати свого партнера і всюди слідувати за ним, повторюючи його рухи. Після вправи іде обговорення: чи приємно, коли хтось постійно слідує за вами? Хто повинен обирати необхідність відображатись у дзеркалі – людина, чи саме дзеркало? <i>Інформаційна частина:</i> на минулому занятті ми говорили про споживання інформації, яке назвали автоматичним або споживанням усього підряд. Сьогодні поговоримо про вибіркоче споживання. Методом мозкового штурму група визначає дане поняття, кому воно характерне, яка його мета, чи більша користь від такого споживання. <i>Евресична частина.</i> За бажанням дехто з учасників може продемонструвати власну ютуб сторінку (якщо ні, тренер демонструє свій матеріал). Відповідно до її наповнення пропонується здійснити критичний аналіз змісту за принципом вузьких і широких запитань, яке також має на меті аналіз особистих вподобань підлітка:</p> <table border="1" data-bbox="395 920 1401 1301"> <thead> <tr> <th data-bbox="395 920 1043 969">Вузькі запитання</th> <th data-bbox="1043 920 1401 969">Широкі запитання</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="395 969 1043 1014">Яке наповнення сторінки?</td> <td data-bbox="1043 969 1401 1014">Чому таке наповнення сторінки?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1014 1043 1059">Скільки із представлених відео цікаві особисто вам?</td> <td data-bbox="1043 1014 1401 1059">Надайте три пояснення, чому..</td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1059 1043 1133">Скільки з перелічених відео несуть для вас реальну користь?</td> <td data-bbox="1043 1059 1401 1133">Надайте три пояснення, чому..</td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1133 1043 1301">Які з відеороликів переслідують комерційну мету?</td> <td data-bbox="1043 1133 1401 1301">Опираючись на кількість перелічених відео, наскільки популярні? А як ви думаєте, чому? А що буде, якщо (я взагалі не знаю) на такий продукт?</td> </tr> </tbody> </table> <p>Коллективне обговорення завдання. Чи вважаєте ви представлені відео унікальними? Чи вдалось відслідкувати якісь закономірності, чи помічаєте ви, що переглядаєте ті відео, які не збирались, чи з'являється у вас відчуття того, що вам щось нав'язують або занадто активно пропонують? Фінальна саморефлексія матеріалу: Факти, про які я не знав або не задумувався _____ Інформація, що стала корисною для мене _____ Запитання до тренера _____</p>	Вузькі запитання	Широкі запитання	Яке наповнення сторінки?	Чому таке наповнення сторінки?	Скільки із представлених відео цікаві особисто вам?	Надайте три пояснення, чому..	Скільки з перелічених відео несуть для вас реальну користь?	Надайте три пояснення, чому..	Які з відеороликів переслідують комерційну мету?	Опираючись на кількість перелічених відео, наскільки популярні? А як ви думаєте, чому? А що буде, якщо (я взагалі не знаю) на такий продукт?	45 хв
Вузькі запитання	Широкі запитання											
Яке наповнення сторінки?	Чому таке наповнення сторінки?											
Скільки із представлених відео цікаві особисто вам?	Надайте три пояснення, чому..											
Скільки з перелічених відео несуть для вас реальну користь?	Надайте три пояснення, чому..											
Які з відеороликів переслідують комерційну мету?	Опираючись на кількість перелічених відео, наскільки популярні? А як ви думаєте, чому? А що буде, якщо (я взагалі не знаю) на такий продукт?											
<p>Модуль пасивне творення Заняття 5.</p>	<p><i>Мета:</i> усвідомлення сили соціального впливу на власну віртуальну поведінку, розпізнавання механізмів зараження та наслідування. Привітання. Варіація вправи «Коридор просвітлення»: всі учасники встають в дві шеренги утворюючи так званий коридор. Кожен по-черзі має пройти в одну сторону вислуховуючи компліменти та похвалу собі, в зворотню – критику, словесні перешкоди на шляху по «коридору». Пройти коридор треба мовчки. Далі йде обговорення: «Чиї слова заважали ходити?»; «Які переживання у Вас виникали?»; «Що нового Ви про себе дізналися?»; «Що Вам допомагало зберігати спокій?». Мета вправи – зберегти незалежність від соціального впливу. <i>Інформаційна частина:</i> аналіз проблеми наслідування в інтернеті, коли основною мотивацією виступає бажання бути «не гірше за інших». Яку роль у вашому наслідуванні відіграє участь однолітків в різних інтернет-сервісах, зокрема соціальних мережах. <i>Евресична частина.</i> Коллективне завдання на аналіз принципу та причин наслідування в інтернеті (“following”) на прикладі сторінок в соціальних мережах, що належать популярним блогерам та мають велику кількість дописувачів:</p>	45 хв										

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Хто автор медіаповідомлення (в даному випадку блогу?) 2. Яка тематика (наповнення) домінує в ньому? 3. На яку аудиторію розрахований блог? 4. Яка основна мета автора блогу? 5. Які цінності пропагуються? 6. Яка мета дописувачів даного блогу? <p>Давайте трішки порозміркуємо, чому люди так багато часу проводять в соціальних мережах? Також давайте подумаймо, чим може відрізнятись активність дорослих, молоді та, наприклад, ваша? Що в ній може бути спільного? (фіксація всіх відповідей) Я хочу запропонувати вам одну вправу на розвиток далекоглядного (стратегічного) мислення: яка має назву «чи є майбутнє у соціальних медіа?» (на основі таблиці “+”, “_”, “?” авторства Е. Де Боно) [1].</p> <p>Аудиторія ділиться на три групи: перша група пише аргументи за, друга проти, третя група має перелічити причини, які не дозволяють зробити такий прогноз.</p> <table border="1" data-bbox="395 577 1257 719"> <tr> <td style="text-align: center;">+</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>Презентація результатів, колективне обговорення. Фінальна саморефлексія: Факти, про які я не знав або не задумувався _____ Інформація, що стала корисною для мене _____ Запитання до тренера _____</p>	+	-								
+	-										
<p>Модуль активне творення Заняття 6.</p>	<p><i>Мета:</i> фіксація дії механізму ідентифікації, діагностика рис дифузної ідентичності та виявлення соціально-психологічних механізмів впливу інтернет-середовища (зараження, наслідування) в якості визначальних (спрямовуючих) чинників механізму ідентифікації. Привітання. Вправа-розминка: «Мій друг сказав би про мене, щоя...» <i>Мета:</i> відпрацювати вміння позитивної самопрезентації. Учасники сідають у коло, кожен по черзі називає своє ім'я і говорить фразу, яка починається зі слів: «Мій друг сказав би про мене, що я...». Висловлюються всі, починаючи з ведучого.</p> <p style="text-align: center;"><i>Шановний друже!</i></p> <p><i>Твоїй увазі пропонується виконати вправу в рамках проекту дослідження інтернет-культури та інтернет-активності сучасного українського школяра. Вправа виконується анонімно, лише треба зазначити вік і стать. Будь-яка отримана інформація не буде опублікована, а лише проаналізована науковцями. Виконавши цю вправу, ти зробиш вагомий і цінний внесок в розробку програми розвитку медіакультури для шкіл, яка в першу чергу враховуватиме інтереси і вподобання в інтернеті сучасної учнівської аудиторії.</i></p> <p>ВІК: СТАТЬ:</p> <p style="text-align: center;">Вправа «Моє віртуальне Я»</p> <p>Більшість сучасних людей мають сторінки в соціальних мережах різного характеру (Instagram, Tik-Tok, Facebook, інше), дехто створює власних комп'ютерних персонажів. Ми можемо назвати це певним інтернет-образом особистості, її «віртуальним Я». Кожен користується цим образом з різною метою: спілкування, пошук інформації, сомореалізація, досягнення популярності, просто проведення вільного часу. Щоб трохи розібратись в особливостях власної активності в інтернеті твоїй увазі пропонується виконати вправу під назвою «Моє віртуальне Я». Вправа виконується у письмовій формі індивідуально. Учаснику пропонується описати власний віртуальний образ за наступною схемою:</p> <p>Вкажи форму свого віртуального образу (сторінка в соціальних мережах, комп'ютерний персонаж, інше): Опиши мету його створення: Опиши значення, яке твій віртуальний образ відіграє особисто для тебе:</p> <p>Зазнач, будь-ласка, чи співпадає твій «віртуальний образ» з твоїм реальним повсякденним образом: зовнішній вигляд, вподобання, поведінка (виділи підкресленням) [Підгірна]:</p>	45 хв									

	<p>Не співпадає Частково співпадає Повністю співпадає</p>  <p>Заповни, будь-ласка, таблицю нижче (пам'ятай, вся інформація є анонімною і буде закритою)</p> <p>Спробуй дати відповідь, чи змусила запропонована форма роботи замислитись над особливостями власної віртуальної самопрезентації, чому вона має саме такий вигляд і яке значення відіграє особисто для тебе?</p> <p style="text-align: center;">Щиро дякуємо за участь</p> <p>Фінальна саморефлексія: Факти, про які я не знав або не задумувався _____ Інформація, що стала корисною для мене _____ Запитання до тренера _____</p>	
Заняття 7.	<p><i>Мета:</i> усвідомлення ролі інтернету у власному житті.</p> <p>Привітання. Вправа-розминка «Мое відчуття часу»: учасники мають заплющити очі на одну хвилину. Коли, на думку учасника, закінчується хвилинка, він мовчки підіймає руку. За результатами група розділяється на тих хто підійняв руку раніше, вчасно та пізніше. Обговорення проблеми уявлення про час, відчуття його плинності підлітками, яку цінність він несе для кожного. Чи вистачає їм часу на усі справи, чи спадало комусь на думку, що інтернет «з'їдає» час.</p> <p><i>Евристична частина.</i> Рефлексивна вправа «П'ять запитань до себе», базується на техніці критичного мислення та самоаналізу [6]. Кожен учень у письмовій формі дає відповідь на поставлені запитання:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Що дійсно продуктивного я зробив за сьогоднішній день? 2. Про що я сьогодні думав? Що з цього було дійсно корисним, а що дурницями? 3. Що тисне на мене найбільше, а де я не відчуваю такого тиску? 4. Чи трапляється так, що деякі негативні думки вимикають мене на деякий час? 5. Що дозволяє мені здобути рівновагу? <p>Обговорення труднощів, які виникли під час відповідей на запитання. Аналіз чинників, які погіршують та поліпшують настрій підлітка, чи відноситься до них активність в мережі (моє повідомлення не отримало необхідну кількість поширень, недостатньо лайків, переглядів (і навпаки), мене засмутили або налякали якісь новини або навпаки розсмішили).</p> <p>Фінальна рефлексія: Факти, про які я не знав або не задумувався _____ Інформація, що стала корисною для мене _____ Запитання до тренера _____</p>	45 хв
Завдання «Щоденники самоспостереження»	<p>В кінці сьомого заняття учні отримують до виконання щоденники самоспостереження, які складаються з двох частин: змістової та кількісної (додаток 1). Час загального ведення щоденників – тиждень. На змістову частину відводиться чотири дні, на кількісну відповідно три. Мотивацією до їх заповнення має слугувати так званий «challenge» (виклик). Основна мета вправи «Щоденники» – розвиток здатності до саморегуляції. Тренер також веде свій щоденник.</p>	45 хв
	<p><i>Мета:</i> аналіз провідних ціннісних орієнтирів, які сформувались в суспільстві під впливом інтернету, рефлексивна оцінка ціннісної парадигми, що склалась у віртуальному та об'єктивному середовищі.</p> <p><i>Інформаційна частина:</i> обговорення поняття цінностей, яку роль вони відіграють для особистості, групи, суспільства в цілому, чи можливе суспільство без цінностей.</p> <p><i>Евристична частина.</i> Вправа «Матриця цінностей» Учасники діляться на дві групи та виконують наступне завдання: із запропонованих вам формулювань оберіть ті, які, на вашу думку, набули актуальності в сучасному суспільстві, та ті, які таку актуальність втратили. Запишіть в таблицю.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Старанно вчитись 2. гарно виглядати 3. легко досягати мети 4. важко працювати 5. багато читати 6. бути популярним 7. глибоко мислити 8. допомагати іншим 9. бути принциповим 	45 хв

10. не перейматись думкою інших («здоровий пофігізм»)
11. наслідувати ідею
12. вірити в Бога
13. багато заробляти
14. бути терплячим
15. твердо знати чого хочеш
16. працювати на благо інших
17. бути в тренді
18. переслідувати власні інтереси

Набули актуальності	Втратили актуальності

Представлення результатів обома групами, колективне обговорення. Чим обгунтовувався вибір учасників при заповненні таблиці? Чи можуть обрані актуальні цінності претендувати на роль визначальних суспільних цінностей?

Вправа 2. *Універсальні цінності*. Учасникам пропонується в запропонованому переліку обрати до 10 цінностей характерних для українського, європейського, американського та азійського суспільств, проранжувавши їх за значенням. Для виконання учасники розподіляються на відповідну кількість груп. Потім у тому ж переліку, але на іншому бланку групи підлітків обирають цінності, реалізація яких можлива лише в глобальному інтернет-середовищі (в якості орієнтира запропоновано список термінальних цінностей Ш. Шварца) [4].

№	Бал	Перелік	№	Бал	Перелік
1		Рівність	16		Творчість
2		Внутрішня гармонія	17		Мир у всьому світі
3		Влада	18		Повага традицій
4		Задоволення	19		Зріле кохання
5		Свобода	20		Самообмеження
6		Духовне життя	21		Байдужість до мирськ
7		Відчуття згуртованості	22		Безпека сім'ї та близк
8		Стабільність суспільства	23		Суспільне визнання
9		Цікаве життя	24		Єднання з природою
10		Смисл життя	25		Новизна
11		Ввічливість	26		Мудрість
12		Багатство	27		Авторитет
13		Безпека нації	28		Справжня
14		Почуття власної гідності	29		Світ краси
15		Взаємність	30		Соціальна справедли

Обговорення результатів:

Обговорення результатів:

Які відмінності між ціннісними переконаннями у запропонованих вам культурах?

Які віртуальні цінності ви змогли виділити? Чим вони відрізняються від реальних?

Чому саме ці цінності домінують у віртуальному середовищі?

Чи впливають глобальні інтернет цінності на втрату унікальності окремих культур?

Чи є тенденція до універсалізації цінностей небезпечною?

Чи можуть універсальні цінності зробити розвиток суспільства гармонійним?

Фінальна саморефлексія:

Факти, про які я не знав або не задумувався _____

Інформація, що стала корисною для мене _____

Запитання до тренера _____

Заняття Підбиття підсумків	9.	Загальна рефлексія засвоєного матеріалу, обговорення запитань з колонки «запитання до тренера». Обговорення результатів виконання щоденників. Виконання вправи «Правила користування інтернетом для молодших школярів в двох групах. Представлення результатів. Колективна дискусія.	45 хв
---	-----------	--	--------------

ДОДАТОК Д

Процедура формулювання тверджень опитувальника з дослідження соціально-психологічних механізмів формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю

Соціально-психологічні механізми	Досліджувані методики	Критерії (індикаторів) для дослідження соціально-психологічних механізмів формування інтернет медіакультури	Лексичні одиниці-індикатори для формування тверджень авторського опитувальника
Рефлексивне сприйняття	Методика діагностики рефлексивності А.В. Карпова, Методика рівня вираженості і спрямованості рефлексії М. Гранта	довго обдумувати, подумки планувати, подумки повертатись до, ставати на місце іншого, уявляти кінцеву ціль, змальовувати в деталях, подумки продовжувати, розмірковувати, дослуховуватись, контролювати, бути схильним до самоаналізу	Завжди обдумую для чого, Я помічаю, неодноразово замислююсь, розумію, доводиться думати над, я відстежую,
Мимовільне сприймання		Висловлювати перше, що прийшло в голову, рідко задумуватись, поступати не задумуючись, не цікавитись думкою інших,	Для мене немає значення, не важливо, що, нікому не цікаво, довіряю усьому, ніколи не замислююсь, навіть шукати, перевіряти, не бачу необхідності аналізувати
Критичне сприйняття	Тест на оцінку критичного мислення Ю. Ф. Гущина, Оцінка критичного мислення Уотсона-Глейзера, Адаптований	Аналізувати, оцінювати, інтерпретувати, робити висновки, пояснювати	Різноманітність думок заважає виділити істинну, Піддаю критиці, Звертаюся до різних джерел, Піддаю сумніву, лише ті, кому довіряю, оцінюю небезпеки, розрізняю неправдиві повідомлення

	тест критичного мислення Л. Старки		
Стереотипізація	Аналіз концепцій стереотипного сприйняття (Бутиріна)	проявляти упередженість, мислити певними «кліше» (схематизувати), спрощувати	Це модно, це подобається усім, саме так потрібно виглядати
Автономізація	Діагностика перцептивно-інтерактивної компетентності (модифікація Н.П.Фетіскіна), шкала соціальна автономність, соціальна адаптивність, Аналіз теорій	Дотримуватись власної думки, бути незалежним у поглядах, покладатись на власні переконання,	Не піддаюся на чужі заклики, байдужа популярність блогерів, користуюсь лише через необхідність, я не згоден, я переконаний, що (...)
Наслідуювання (імітація)	соціально-психологічної взаємодії та	Наслідувати, уподібнюватись, повторювати	Наслідувати когось, слідувати за тим, що популярне
Зараження	соціально-психологічного	Азарт, підхоплювати, емоційно реагувати	Роблю щось, коли роблять усі
Навіювання	о впливу (Андреева, В.В.Москаленко, Орбан-Лембрик, Н. Геген тощо)	Пасивно засвоювати, некритично сприймати	В якості лексичних одиниць індикаторами сугестії виступають індикатори мимовільного сприймання
Імпульсивність	Діагностика вольового потенціалу особистості	Діяти під впливом певного настрою, легко захоплюватись	Регулярно обновлюю, додаю всіх до друзів, роблю необдумані вчинки в мережі
Інтеріоризація	Експрес-діагностика соціальних цінностей особистості	Запропонована класифікація «інтернет -цінностей» на базі теоретично-методологічного аналізу: Популярність Комерційний успіх Загальне визнання Бажання домінувати	Інтернет як середовище реалізації, можливість «презентувати» себе, провокативна поведінка, можливість

	(Фетіскін, Козлов, Мануйлов) Аналіз інтернет-діяльності школярів для виділення ключових інтернет-цінностей популярних серед сучасних підлітків	Зовнішня само презентація Легкість досягнень	змусити захоплюватись собою, перспектива досягнення швидкого успіху
Ідентифікація (мережева ідентичність)	Аналіз теоретичних досліджень формування ідентичності в контексті культурного становлення ідентичності. Феномен політики ідентичності (І. Гофман) Аналіз досліджень формування ідентичності в інтернет-просторі Іванків І, Лучінкіна А.	Ототожнювати себе з кимось (чимось), самовизначатися відносно чогось (до іншого), усвідомлювати приналежність, самопозначуватись у певному середовищі,	Асоціюю себе з кимось, відчуваю захоплення кимось, надаю перевагу певному середовищу перебування

ДОДАТОК Ж

**Результати факторного аналізу опитувальника з прояву соціально-психологічних
механізмів формування медыакультури у підлітків**

№ 123

Полная объясненная дисперсия

Компонента	Начальные собственные значения			Суммы квадратов нагрузок извлечения			Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %
1	5,521	10,825	10,825	5,521	10,825	10,825	3,684	7,224	7,224
2	4,433	8,424	19,249	4,433	8,424	19,249	3,338	6,545	13,769
3	4,032	7,661	26,910	4,032	7,661	26,910	2,917	5,719	19,487
4	3,812	7,474	34,384	3,812	7,474	34,384	2,728	5,349	24,836
5	3,491	6,633	41,017	3,491	6,633	41,017	2,672	5,239	30,075
6	2,031	6,426	47,443	2,031	6,426	47,443	2,359	4,626	34,701
7	2,351	4,609	52,052	2,351	4,609	52,052	2,267	4,446	39,146

Метод выделения: Анализ главных компонент.

Твердження	1	2	3	4	5	6	7
Я регулярно обновляю свій статус у соціальних мережах	,698						
Я часто роблю селфі та викладаю його в мережу, бо мені приємно, що мною захоплюються інші	,665						
Я завжди переглядаю найпопулярніші в інтернеті відео	,622						
Для мене важливо якомога найшвидше розмістити інформацію в інтернеті	,557						
Соціальні мережі дозволяють справити яскраве враження про себе і я користуюсь цією можливістю	,505						
Для підвищення рейтингу власної сторінки варто додавати до своїх друзів усіх, хто надсилає запит	,503						

Я проводжу час в інтернеті виключно заради спілкування	,433					
Я підписаний на велику кількість інтернет-блогів (або YouTube-каналів)	,407					
Я завжди розумію з якою метою я звертаюсь до інформації в інтернеті (дивлюсь певні відео, читаю інформацію, спілкуюсь)		,731				
Я помічаю, як шукаючи якийсь товар в інтернеті мені пропонують його рекламу на всіх сторінках		,614				
Я розумію, чому одні відео на YouTube популярніші за інші		,607				
Я завжди розумію, яку мету переслідують ті, хто створює інформацію		,573				
Я завжди обдумую для чого я розміщую пости та відео в інтернеті		,507				
Потрапити на відео, яке знімають мої однолітки мені видається небезпечним)			,768			
Я довго обдумую наперед, чи варто мені щось розміщувати, чи писати в інтернеті			,751			
Я додаю до своїх друзів тих, лише кого знаю або кому довіряю				-608		
Мені здається, що соціальні мережі та інтернет-сервіси створені для того, щоб маніпулювати людьми			,576			
Мені доводилося думати над тим, чи вплине на мене майбутня захопленість відеоіграми			,555			
Для мене інтернет – це те середовище, де я можу реалізуватись краще, ніж у реальному житті					,696	

Я часто роблю серфі та викладаю його в мережу, бо мені пиємно, що мною захоплюються інші				,665		
Я думаю, що завдяки інтернету отримати все і одразу значно простіше, ніж це було раніше				-,655		
Інколи приємно займатись інтернет-цькуванням для підвищення самооцінки				,605		
Немає нічого поганого, щоб займатися тролінгом в інтернеті, це принаймні кумедно				,569		
На мою думку немає необхідності постійно аналізувати знайдену в інтернеті інформацію, я просто читаю і дивлюся для власного задоволення					,611	
Для мене немає значення правдива це інформація, чи «фейк», від цього все одно нічого не зміниться					-,568	
Неважливо, що люди говорять в інтернеті, важливо, що є можливість висловити свою думку					,538	
Для підвищення рейтингу власної сторінки важливо додавати всіх, хто надсилає запит					,503	
Соціальні мережі дозволяють справити яскраве враження і я користуюсь цією можливістю			,505		,465	
Мені абсолютно байдуже до популярних блогерів, без інтернету вони нічого не варті						,531
Я зареєструвався (лась) в соціальних мережах лише через необхідність спілкуватися з однолітками						,503

ДОДАТОК 3

**Таблиці класифікації даних по типам медіакультури за результатами
напівструктурованого інтерв'ю з підлітками з інтернет-захопленістю**

Тип медіакультури «Активне споживання»

Спосіб взаємодії з мережею	Переважно звертаюся до інформації	
Мета звернення в медіапростір	Пізнавальний мотив Комунікація	
Критерій вибору інтернет-контенту	Власний інтерес	
Індикатор дії в мережі	Читаю Шукаю Цікавлюсь	
Індикатор ототожнення (спрямування)	Чітко визначені інтереси: Футбол (футболіст) Мотоцикли Військова справа (інженер) Машини Різноманітні пристрої Новини конкретного характеру: дорожньо-транспортні пригоди Надзвичайні події «апокаліптичні новини»	
Ресурс	Новинні ресурси YouTube Тематичні сайти	
Соціально-психологічні механізми	Механізми сприйняття (селекція)	Механізми взаємодії: мережева ідентифікація через вибіркоче наслідування
Значення механізму в межах типу медіакультури	первинний	вторинний

Тип медіакультури «Пасивне творення»

Спосіб взаємодії з мережею	Переважаю звертаюсь до інформації	
Мета звернення в медіапростір	Популяризація якихось дій Непряма реклама товарів та послуг	
Критерій вибору інтернет-контенту	Орієнтація на інші віртуальні образи та форми поведінки Популярні тенденції в мережі Захоплення серед молоді Поточні події	
Індикатор дії в мережі	поширюю, тиражую інформацію вказую Геолокації Позначаю інших людей або інші об'єкти	
Індикатор ототожнення (спрямування)	Констатація факту: Я в кафе Я на прогулянці Я в парку На уроці В школі	
Ресурс	Переважаю соціальні мережі	
Соціально-психологічні механізми	Ідентифікація через копіювання наслідування, зараження стереотипіація	Механізми взаємодії (копіювання наслідування, зараження стереотипіація)
Значення механізму в межах типу медіакультури	первинний	вторинний

Тип медіакультури «Активне творення» (через наслідування)

Спосіб взаємодії з мережею	Переважно відтворюю	
Мета звернення в медіапростір	Реалізація через наслідування успішних прикладів в мережі «поділитися частинкою себе»	
Критерій вибору інтернет-контенту	Мода Орієнтація на популярні тенденції в інтернеті «фоловінг» відомих персоналій, популярних блогерів	
Індикатор дії в мережі	Розміщую власні фото та відео сюжети різного характеру: «тік-токи» «вайни» «стріми» Переживаю через кількість вподобань («лайків»)	
Індикатор ототожнення (спрямування)	«Модель» «танцівниця» «блогерша» «фанатка» «стрімерша» «шкільна активістка» «душа компанії»	
Ресурс	Переважно соціальні мережі різного характеру	
Соціально-психологічні механізми	Ідентифікація через наслідування	Механізми взаємодії (наслідування, зараження Соціальне підкріплення)
Значення механізму в межах типу медіакультури	первинний	вторинний

Тип медіакультури «Пасивне творення»

Спосіб взаємодії з мережею	Переважно споживаю інформацію в інтернеті	
Мета звернення в медіапростір	Відсутність чіткої мотивації, перебування в мережі як форма проведення вільного часу	
Критерій вибору інтернет-контенту	Загальні тенденції, «пропозиції» мережі	
Індикатор дії в мережі	Читаю, граю, переглядаю	
Індикатор ототожнення (спрямування)	Відсутність ототожнення з певними інтересами в інтернет-середовищі	
Ресурс	Соціальні мережі YouTube відеоігри	
Соціально-психологічні механізми	Рефлекторне сприйняття	Наслідування Зараження навіювання
Значення механізму в межах типу медіакультури	первинний	вторинний

Тип медіакультури «Активне (специфічне) творення»

Спосіб взаємодії з мережею	Переважно створюю власний контент	
Мета звернення в медіапростір	Самоактуалізація через мережу Комунікація з метою поділитися власними поглядами або здобутками	
Критерій вибору інтернет-контенту	Власні думки переконання погляди Специфічні інтереси Власна фантазія	
Індикатор дії в мережі	Публікую пости, які відображають погляди думки та переконання Шукаю однодумців Шукаю схвалення Шукаю визнання, Моніторю вподобання аудиторії Конструюю конкурентні та яскраві образи	
Індикатор ототожнення (спрямування)	Автентичні інтереси підлітка: «художниця» «ейджистка» «дизайнер» «дослідниця»	
Ресурс	соціальні мережі, різноманітні комунікативно сервіси (Telegram), Youtube, Twitch, відеоігри з творчим інтересом	
Соціально-психологічні механізми	Ідентифікація Дифузна ідентифікація	Механізми взаємодії (соціальне підкріплення, віртуальна емпатія). передачі повідомлень (екстеріоризація)
Значення механізму в межах типу медіакультури	первинний	вторинний