

Малєєва Н. С. Аналіз провідної мотивації, інтересів та напрямів діяльності в соціальних мережах молоді з різним рівнем захопленості мережевим простором / Н. С. Малєєва // Дослідження різних напрямків розвитку психології і педагогіки : зб. наук. робіт учасників міжнар. наук.-практ. конф. (15-16 червня 2018 р., м. Одеса) / ГО "Південна фундація педагогіки". – Одеса, 2018. – С. 18–20.

## **АНАЛІЗ ПРОВІДНОЇ МОТИВАЦІЇ, ІНТЕРЕСІВ ТА НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ МОЛОДІ З РІЗНИМ РІВНЕМ ЗАХОПЛЕНОСТІ МЕРЕЖЕВИМ ПРОСТОРОМ**

*Малєєва Н. С.*

У дослідженні провідних мотивів користування соціальними мережами взяли участь особи віком від 18 до 35 років, активні користувачі соціальних інтернет-мереж з різним досвідом їх використання. Загальна кількість випробуваних становила 272 особи.

Для визначення рівня залежності досліджуваних від соціальних інтернет-мереж був використаний опитувальник, спрямований на розкриття міри захопленості Інтернетом (PI3) В. В. Посохової, згідно з яким було виявлено наступні групи: вільні від залежності користувачі, передзалежні та узалежнені [5]. Для вивчення провідної мотивації користування соціальними мережами ми використали модифіковану анкету мотивації використання Інтернету В. М. Фатурової [6], спрямовану на визначення провідних мотивів, тематики та найбільш популярних мережевих послуг.

Було встановлено, що спільним для всіх груп користувачів є комунікативний мотив, за допомогою якого вони реалізують потребу у спілкуванні, підтримці, взаєморозумінні. В групі вільних користувачів домінують діловий та пізнавальний мотиви, а також пошук цікавої або розважальної інформації. В групі передзалежних користувачів виражений мотив пошуку цікавої або розважальної інформації, діловий та музичний мотив, пошук нових віртуальних друзів та ігрова комунікація. Передзалежні

та залежні молоді люди переважно керуються мотивом підвищення самооцінки. В той же час, одним з основних мотивів перебування у соціальних мережах адиктів є самоактуалізація, тобто розвиток та реалізація власного потенціалу.

Наступним етапом аналізу провідних мотивів користування молоддю соціальними мережами було виявлення значущих статистичних відмінностей між групами користувачів з різним рівнем захоплення мережами. Для виявлення груп мотивів, характерних для залежних від соціальних мереж та вільних від залежності користувачів, нами був застосований метод кластерного аналізу, а саме ієрархічний кластерний аналіз за методом Варда та кластеризація методом *k*-середніх. За допомогою ієрархічного аналізу нами було визначено оптимальну кількість кластерів для кожної групи респондентів. Для уточнення та порівняльного аналізу розподілу мотивів в групах залежних та вільних від залежності користувачів отримані дані уточнювалися за допомогою кластерного аналізу за методом *k*-середніх. В результаті аналізу, оптимальною кількістю кластерів було визначено 5.

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

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

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

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

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

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

В результаті аналізу статистично значимої розбіжності показників за критерієм  $\chi^2$  Пірсона та рівнем асимптотичної значимості отримано такі результати: коментування записів онлайн-друзів ( $\chi^2=8,4$ ;  $p\leq 0,01$ ); мотив самоутвердження ( $\chi^2= 3,5$ ;  $p\leq 0,05$ ); обмін повідомленнями з онлайн-друзями ( $\chi^2=3,2$ ;  $p\leq 0,1$ ); обмін відео-, аудіо контентом ( $\chi^2=2,8$ ;  $p\leq 0,1$ ).

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

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

мережі для них є додатковим середовищем для отримання нових знань, зручним для пошуку цікавої та корисної інформації.

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

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

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

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

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

Адикти також активно користуються сервісами для особистих повідомлень, електронною поштою, програмами Skype, Viber, WhatsApp.

Однак порівняно з іншими групами користувачів, вони найбільше цікавляться тематичними форумами та телеконференціями. Це може говорити про їх недовіру до мережевої спільноти, небажання виставляти свої емоції та почуття напоказ, оскільки публічна комунікація передбачає формальне спілкування, без зайвої особистої інформації.

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

## ЛІТЕРАТУРА

1. Комунікативні практики залежної від соціальних мереж молоді : дис... канд. психол. наук : спец. 19.00.05 / Н. С. Малєєва. – К., 2017. – 210 с.

2. Малєєва Н. С. Комунікативні практики узалежнених від соціальних мереж користувачів / Н. С. Малєєва // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України: Загальна психологія. Історична психологія. Етнічна психологія. – Київ, 2016. – Том. 9. – Вип. 10. – С. 205-215.

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

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

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

6. Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості: дис. канд. Психол. Наук. / В. М. Фатурова. – К., 2004. – 212 с.