

Хмельницький національний університет
Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту
Кафедра психології та педагогіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Другий (магістерський)

Освітній рівень

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОЯВИ ФАБІНГУ СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Назва теми

Галузь знань - 05 Соціальні та поведінкові науки

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність - 053 Психологія

Шифр і назва спеціальності

Шифр 18216

номер ІНП

Виконала: студентка II курсу, групи ППм-22-1 _____ Вікторія ВОЛЬСЬКА
Підпис Ініціали, прізвище

Керівник кандидат психологічних наук, доцент _____ Алла РУДЕНОК
Науковий ступінь, вчене звання Підпис Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри психології та педагогіки
доктор психологічних наук, професор

_____ Таїсія КОМАР
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

_____ 20__ р.

Хмельницький, 2023

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту

Кафедра психології та педагогіки

Освітній рівень другий (магістерський)

Галузь знань 05 "Соціальні та поведінкові науки"

Спеціальність 053 "Психологія"

Освітня програма освітньо-професійна програма "Психологія"

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри психології та педагогіки

_____ Євген ПОТАПЧУК

підпис

протокол № 5 від 19 грудня 2022 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ Вікторії ВОЛЬСЬКОЇ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ здобувача

1. Тема кваліфікаційної роботи: "Психологічні прояви фабінгу серед студентської молоді"

Керівник кваліфікаційної роботи: Алла РУДЕНОК, кандидат психологічних наук, доцент

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 15 серпня 2023 р. №30

2. Строк подання здобувачем роботи на кафедру

3. Вихідні дані до роботи: матеріали звіту з переддипломної практики, комплекс методів та методик дослідження: діагностика "Емоційного інтелекту" (Н. Холд); Тест на Інтернет-залежність (К. Янг); Опитувальник ставлення до Інтернету (А. Жичкіної); Методика "Шкала самооцінки"; Методика "Когнітивна орієнтація (Локус Контролю)" (Дж. Роттер); Авторський опитувальник.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити): вступ, розділ 1 Теоретичне дослідження явища фабінгу, поняття фабінгу, його характеристика та психологічні особливості, вплив психологічних особливостей фабінгу на міжособистісне спілкування студентської молоді, чинники виникнення фабінгу серед студентської молоді, розділ 2 Експериментальне дослідження проблеми прояву фабінгу серед студентської молоді, діагностика психологічних проявів студентської молоді, які впливають на прояв фабінгу, аналіз отриманих результатів дослідження, практичні рекомендації щодо протидії, або зменшення прояву фабінгу серед студентської молоді .

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень) 28 рисунків, 24 таблиці.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів (розділів) роботи магістра	Строк виконання етапу роботи	Примітка
1	Вибір теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження, постановка мети і завдань.		виконано
2	Визначення теоретико- методологічних засад дослідження. З'ясування актуальності проблеми.		виконано
3	Оформлення вступу кваліфікаційної роботи.		виконано
4	I розділ кваліфікаційно роботи.		виконано
5	II розділ кваліфікаційної роботи.		виконано
6	Загальні висновки.		виконано
7	Оформлення кваліфікаційної роботи.		виконано
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи.		виконано
9	Захист кваліфікаційної роботи (відповідно графіку)		виконано

Здобувач _____ Вікторія ВОЛЬСЬКА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи _____ Алла РУДЕНОК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ

Тема кваліфікаційної роботи “Психологічні прояви фабінгу серед студентської молоді”

Здобувач Вікторія ВОЛЬСЬКА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник Алла РУДЕНОК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Кваліфікаційна робота включає 59 сторінок, 25 таблиць, 28 рисунків, перелік джерел посилання складає 65 найменувань, 6 додатків.

Ключові слова: фабінг, студентська молодь, залежність, поведінка, гаджет, смартфон, соціум.

Об'єкт дослідження: фабінг – як проблема сучасності.

Предмет дослідження: психологічні прояви фабінгу серед студентської молоді.

За результатами дослідження розроблено практичні рекомендації щодо протидії, або зменшення прояву фабінгу серед студентської молоді.

Одержані результати можуть бути використані в .

Дипломник _____ Вікторія ВОЛЬСЬКА

Підпис

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Дата подання кваліфікаційної роботи до захисту _____

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯВИЩА ФАБІНГУ	9
1.1 Поняття фабінгу, його характеристика та психологічні особливості	9
1.2 Вплив психологічних особливостей фабінгу на міжособистісне спілкування студентської молоді	17
1.3 Чинники виникнення фабінгу серед студентської молоді	22
Висновки до розділу	27
РОЗДІЛ 2 ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПРОЯВУ ФАБІНГУ СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	30
2.1 Діагностика психологічних проявів студентської молоді, які впливають на прояв фабінгу	30
2.2 Аналіз отриманих результатів дослідження	35
2.3 Практичні рекомендації щодо протидії, або зменшення прояву фабінгу серед студентської молоді	60
Висновки до розділу	61
ВИСНОВКИ	63
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	65
ДОДАТКИ	72
Додаток А Діагностика “Емоційного інтелекту” (Н. Холл)	72
Додаток Б Тест на інтернет-залежність (К. Янг)	74
Додаток В Опитувальник ставлення до інтернету (А. Жичкіної)	78
Додаток Г Методика “Шкала самооцінки”	79
Додаток Д Авторський опитувальник	82
Додаток Е Методика “Когнітивна орієнтація (локус контролю)” (Дж. Роттер)	84

ВСТУП

Актуальність. Сучасне суспільство майже не можливо уявити без гаджетів, що мають доступ до мережі Інтернет. Розвиток технологій надав змогу людству всі буденні та звичні справи вмістити в смартфон, комп'ютер, планшет: спілкування, навчання, роботу, знайомства, відносини, хобі тощо. Саме технології надають змогу миттєво отримувати інформацію, ділитися нею, мати постійний зв'язок з іншими, використовувати навігацію для руху, фіксувати на відео або фото різноманітні події та явища, спілкуватися з рідними, друзями, колегами, розважатися, здійснювати покупки, навчатися, працювати, будувати плани та багато іншого. Різноманітність можливостей в мережі Інтернет максимальний. Проте, звичка соціуму постійно мати вихід в Інтернет породжує безліч психологічних проблем. Важко віднайти людину, що може провести декілька годин без такого зв'язку, це може бути для неї важким стресом. З однієї сторони такий інноваційний прогрес значно полегшив життя людей у багатьох сферах, відкрив для них нові можливості, а з іншої сторони це викликає ряд проблем у особистісній, психологічній та фізіологічній сферах особистості.

Зовсім нещодавно, у психологічних дослідженнях з'явилося нове, раніше невідоме поняття "фабінг". Деякі дослідники звертають свою увагу на появу нової психологічної залежності особистості, що полягає у постійному, дещо несвідомому прагненні індивідуума відвідувати мережу Інтернет у процесі спілкування з іншими. У літературних джерелах фабінг пояснюється, як явище ненормованого застосування смартфонів у процесі міжособистісної взаємодії. В короткому тлумаченні це розглядається, як залежність від пристроїв з доступом до мережі Інтернет (Інтернет-залежність).

М. Д. Гріффідс, М. Л. Смульсон, К. С. Янг, А. К. Голдберг та багато інших вчених досліджуючи поняття Інтернет-залежності визначили, що наслідком цієї адикції є ігнорування, нехтування людей один одного у спільній діяльності [1, с. 208]. Тобто, коли люди при взаємодії один з одним мають нав'язливе бажання зайти в мережу. Але варто зауважити, що фабінг є не лише

наслідком інноваційного прогресу, а й новітньою, незвичною та винятковою властивістю соціальної поведінки. Чинники цього явища та його наслідки на даний момент є малодослідженими. Воно позначається на психологічному та фізіологічному здоров'ї, відносинах, особистості та її суспільній взаємодії загалом.

К. С. Янг у своїх дослідженнях акцентувала увагу, що існують Інтернет-залежні особистості – ті, що використовують мережу постійно і у всьому, незалежно від часу, місця та подій що відбуваються у їхньому житті, та Інтернет-незалежні – ті, що вміють раціонально та свідомо розділяти віртуальне та реальне, вчасно, та без тривожності відходити від мережі, легко спілкуватися та встановлювати контакти у реальній взаємодії . Дослідниця зауважила, що залежність розкривається перш за все “сумою втрат в істотних сторонах буття” [1, с. 208].

Попри значний інтерес вчених до цієї проблеми, питання психологічних проявів фабінгу є недостатньо дослідженим. Зважаючи на це, темою нашої роботи було обрано: “Психологічні прояви фабінгу серед студентської молоді”

Об’єкт дослідження: фабінг – як проблема сучасності

Предмет дослідження: психологічні прояви фабінгу серед студентської молоді.

Мета дослідження: теоретичне та емпіричне дослідження психологічного прояву фабінгу серед студентської молоді.

Завдання дослідження:

1. Здійснити аналіз літературних джерел щодо проблеми фабінгу.
2. Розглянути та охарактеризувати психологічні особливості прояву фабінгу серед студентської молоді.
3. Визначити методики діагностики психологічних проявів студентської молоді, які впливають на прояв фабінгу та провести діагностичне дослідження.
4. Надати профілактичні рекомендації задля зменшення прояву проблеми.

Методи дослідження: теоретичні (аналіз, синтез, класифікація, порівняння літературних джерел); емпіричні (діагностика “Емоційного інтелекту” (Н. Холд); Тест на Інтернет-залежність (К. Янг); Опитувальник ставлення до Інтернету (А. Жичкіної); Методика “Шкала самооцінки”; Методика “Когнітивна орієнтація (Локус Контролю)” (Дж. Роттер): Авторський опитувальник); методи кількісної та якісної обробки даних.

Експериментальна база дослідження. Емпіричне дослідження проводилось на базі Хмельницького національного університету. В ньому взяло участь 30 студентів денної та заочної форм навчання спеціальності “Психологія”.

Апробація результатів дослідження відбувалась шляхом публікації статті на тему: “Проблема явища фабінгу у сучасному суспільстві” в науковому журналі “Psychology Travelogs”, 2023 р. Результати дослідження обговорювались на XI Всеукраїнській науково-практичній конференції “Актуальні питання теорії та практики психолого-педагогічної підготовки майбутніх фахівців” (м. Хмельницький 27 квітня 2023 р.)

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, переліку джерел посилання (65 найменувань) та 6 додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 86 сторінок машинописного тексту (основна частина – 59 сторінок).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯВИЩА ФАБІНГУ

1.1 Поняття фабінгу, його характеристика та психологічні особливості

Мобільні телефони стали невідокремленою частиною діяльності людини XXI століття. Важко віднайти в соціумі людину без телефону. Смартфони дають можливість людям тримати зв'язок в будь-який час, в будь-який момент, в будь-якому місці. Попри позитивні аспекти мобільних пристроїв, у звичному житті людей виникають нові зразки поведінки, що з'являються унаслідок застосування цих технологій. Постає гостра проблема у суспільстві через те, що смартфони можуть і знижувати соціальні контакти. Поява гаджетів в життю людства замінила звичні зразки поведінки онлайн і наживо. Насиченість віртуального середовища зумовлює те, що великий відсоток осіб використовують безліч можливостей Інтернет-середовища одночасно. Дослідники наголошують, що людський інтелект швидко опановує новітні технології, але у дійсності розум сформований для опрацювання великого плинну інформації. Зосередження уваги на смартфон може спричиняти небезпеки з огляду на безпеку користувачів. Х. Гонг, В. Ду, К. Кінг активно піднімали питання свідомого звернення уваги на телефон у процесі ходьби, на їхню думку, це створює значущу проблему для безпеки індивідуума [1, с. 208].

Універсальність, зручність та зрозумілість, а також повсякчас збільшувані перспективи гаджетів сформували виникнення певних протиріч спілкування в живу, в тому числі, протиріччя “наявності-нестачі” (“порізно-водночас”) та протиріччя “визволення-підкорення”. Перше протиріччя полягає у реальній наявності людини, але її реальну нестачу у силу зайнятості через телефон, а інший парадокс орієнтується на синхронному прояві за рахунок наслідків застосування гаджетів – воля комунікацій ціною стабільного відволікання [2, с.701].

Постійне використання інноваційних технологій значно відобразилося на міжособистісній взаємодії соціуму, вплинуло на методи комунікації в різноманітних соціальних середовищах і спричинило появу явища фабінгу. Поняття фабінгу у наукових дослідженнях з'явилося дещо нещодавно. У перекладі з англійської мови поняття “phubbing” складається з двох слів: “phone” – телефон, і “snubbing” – зневажання. Отже, фабінг – це активне нав'язливе використання гаджетів у процесі міжособистісної взаємодії. Дехто з вчених вважає, що це патологічна залежність від гаджетів [3, с. 38].

О. Гурова та Л. Шатирко у своїх наукових дослідженнях наголошували на тому, що фабінг є одним з проявів кіберзалежності. Тобто, коли соціум не може відмовитися від смартфона, або інших комп'ютерних технологій у процесі комунікації та взаємодії з іншими, коли особистість нав'язливо та постійно тримає гаджети у полі зору, контролює надходження сповіщень, повідомлень тощо.

В. Вербицький, досліджуючи проблему фабінгу визначив, що ця проблема пов'язана з популяризацією гаджетів, що мають постійний доступ до мережі Інтернет і ототожнив його з поняттям “інтернет-залежність” і як прояв кіберзалежності. Він описав, що інтернет-залежність виражається в ігноруванні співрозмовника та постійне відволікання на мобільний телефон, або інший гаджет, без вагомої на то причини [4, с. 4].

Відповідно з сучасними науковими дослідженнями з часом відсоток користувачів мережі Інтернет зростає, до прикладу, у 2018 році частка зростає до шістдесяти п'яти відсотків, а у 2020 році до сімдесяти одного [5, с. 36]. Згідно з українськими дослідженнями в Україні дев'яносто сім відсотків людей віком від п'ятнадцяти до двадцяти чотирьох років є користувачами Інтернет мережі. У віці від двадцяти п'яти до тридцяти чотирьох років ця частка становить дев'яносто шість, люди старші шістдесяти п'яти років – двадцять дев'ять, хоча рік тому відсоток становив лише чотирнадцять відсотків. Дослідники вважають, що передумовою зростання чисельності користувачів мережі Інтернет є популяризація смартфонів серед населення. Національне

агентство з інформаційного суспільства, провівши своє дослідження зазначають, що майже шість відсотків дорослого населення та дванадцять відсотків молоді схильні до кіберзалежності. Вони відзначають, що молодь постійно прагне оновлювати свій гаджет, слідкувати за новими моделями та дизайном, купуючи новий тим самим ніби самостверджуватися та прагнути почувати себе повноцінним в соціумі [6].

Фабінг проявляється у формі гаджет-адикції та має характерні ознаки неналежного використання пристроїв. Звісно, пристрої надають змогу людям взаємодіяти один з одним в будь-який час, з будь-якого місця у будь-якій формі. Проте це призводить до того, що гаджети можуть і погіршувати соціальні взаємодії [6]. Концентрація на смартфоні, або іншому пристрої означає акт зневажливого ставлення до оточуючих у процесі соціальної взаємодії.

Постійне використання мобільних гаджетів може переростати навіть у фобію – боязнь залишення без смартфона, або іншого пристрою. Дослідники виділили основні характерні властивості особистості, що схильна до фабінгу (фабера): постійно перевіряє наявність сповіщень, постійно спостерігає за новинами та подіями, ігнорування співрозмовників у розмові, дещо байдуже ставлення до оточуючих, постійне тримання телефону в руках, або в полі зору, негативізм до тих, хто намагається обмежити її від смартфона, або ж забрати його [7, с. 48]. Звісно, у кожному конкретному випадку ці характеристики можуть варіюватися, доповнюватися, але в більшості випадках саме перелічені ознаки характеризують фаберів.

Хоч у сучасному суспільстві все більше і більше поширюється ця проблема, проте відкрита вона не повною мірою. Натомість, в українських сучасних дослідженнях науковці О. Т. Барішполец, О. С. Бартків, Л. А. Найдьонова, О. В. Петрунько, Н. В. Сергеева та інші піднімали актуальність питання впливу Інтернет середовища на психічне здоров'я і поведінку його користувачів [8, с. 93]. Вони звертали свою увагу на розробку профілактики Інтернет-залежності, формування компетентності та культури у медіа-

середовищі. Н. Сергійчук, в свою чергу, зауважив на тому, що фабінг є соціальним явищем та підтримував думку інших дослідників на основних його характеристиках [8, с. 95].

Аналіз негативного впливу застосування гаджетів у процесі реального спілкування спричинив потребу охарактеризувати це явище окремим поняттям. Вперше термін фабінгу був заснований у 2012 році в Університеті Сіднея, де на зустрічі літературознавців, письменників, поетів та науковців обговорювалося новітнє явище, коли у процесі реального спілкування людина постійно розсіює свою увагу на телефон [9]. Вони підсумували, що явище фабінгу в пергу чергу поєднано з включенням новітніх цифрових технологій у життя суспільства.

Отже, дослідження більшості науковців стосовно визначення поняття фабінгу сходяться у думці про те, що це різновид нехімічної адикції, який проявляється у тривалому, постійному, нав'язливому, свідомому та несвідомому використанні смартфонів, або інших гаджетів з можливістю виходу в мережу Інтернет, у процесі спілкування та взаємодії з оточуючими, нехтуючи увагою співрозмовника та концентруючи свою на мобільному пристрої.

Головною причиною поширення фабінгу є стрімкий розвиток інноваційних технологій Інтернет-мережі та підвищення значення мобільних пристроїв у побутовому житті особистості. Доцільно зазначити, що у літературних джерелах іноземної інформаційної кампанії Stop Phubbing висвітлено дослідження, що близько дев'яносто семи відсотків опитаних вважають, що у процесі прийому їжі і одночасного перегляду стрічки соціальних мереж страви здаються гіршими. А близько вісімдесяти семи відсотків підлітків між реальним та віртуальним спілкуванням надають перевагу саме віртуальне, тобто онлайн [10].

Дж. Робертс і М. Девід під час своїх досліджень у 2016 році виявили, що приблизно сорок сім відсотків опитаних ними респондентів відчували фабінг з боку партнерів, у близько двадцяти трьох відсотків опитаних на фоні цього виникали міжособистісні конфлікти, а приблизно тридцять сім відсотків

респондентів відповіли, що через фабінг у них виникали депресії [2., с. 702]. Дослідники зазначали, що фабінг спричиняє наслідкову реакцію – якщо людина спостерігає ігнорування зі сторони співрозмовника – вона почне переключати свою увагу теж на мобільний пристрій.

Український науковець М. Козловець зазначає, що залежні від Інтернету люди – “*homo virtuals*”, на його думку такі люди втрачають здатність теоретично мислити, проте вони перенасичені різноманітною інформацією. Він наголошує на тому, що віртуальне середовище змінює людину, її мислення, сприйняття, поведінку та формує своєрідну форму життя. Така дійсність, на думку вченого, виховує новітній тип особистості, якій доволі важко переключатися від віртуальної реальності до повсякденності, коли важко відмовитися від мережі Інтернет та спілкуватися в реальному житті, будувати відносини, реалізовуватися, розвиватися в цілому [11, с. 182].

Все більше поширюється і ще одне новітнє поняття “діджитизація” суспільства, що означає використання цифрових технологій у всіх сферах життя людини [12]. Тобто відбувається з’єднання реальних відносин людей з віртуальним простором за допомогою сучасних технологій. Цей процес стосується всіх сфер діяльності людини. Це так звана мережева комунікація особистості задля задоволення будь-яких потреб.

У процесі досліджень було виявлено, що найбільш поширеними комунікативними середовищами в мережі Інтернет стали соціальні мережі. Вони звертають увагу користувачів на зрозумілість, зручність, сприятливість та різноманітність комунікацій. Найбільш популярними є тематичні середовища в мережі, що постійно розвиваються та поєднують в собі чималу кількість спільнот, що формуються у тематичному стилі та спілкуванні. Користувач мережі Інтернет самостійно обирає ту чи іншу мережу, відповідно до того, яка в неї мета та які потреби хоче задовольнити. Потреби та мета можуть мати соціальні властивості: взаємодія (спілкування), самоствердження, економність свого часу тощо. У соціальних мережах особистість може задовольняти і приховані свої мотиви, які не спостерігаються у реальному її житті, а лише у

мріях, фантазіях, прихованих потребах. Така можливість надає людині змогу формувати нові властивості власного “Я-образу”, перебороти відчуття самотності, невпевненості в собі, скромності, закритості [13, с. 20]. У соціальних мережах людина може відображати те, що у реальному житті нікому не показує. Достатньо лише “намалювати ідеальну картинку себе” (висвітлити фото, написати особливу цитату, оформити сторінку), щоб отримати зворотній зв’язок від інших користувачів у формі вподобайок, коментарів, що може допомогти завести нові цікаві знайомства. Такі мінімальні кроки відкривають можливості відчувати в собі впевненість, красу, важливість, щось те, чого недостатньо від спілкування в реальному житті [14].

Фабінг стає невід’ємною частиною життя суспільства, що з одної сторони є нешкідливою, що значно полегшує життя людини, відкриває перед нею безліч можливостей, а з іншої сторони є надзвичайно шкідливою звичкою, що шкодить не тільки комунікативній сфері особистості, а й психологічному та фізіологічному здоров’ю.

Соціум стрімко піддається віртуалізації, кількість користувачів мережі зростає, люди все більше вирішують свої проблеми та питання онлайн, за допомогою Інтернету. Це значною мірою впливає і на соціальні контакти особистості, їх кількість збільшується у віртуальному середовищі, проте значно зменшується у реальному. Варто зазначити, що соціальні зв’язки у віртуальному світі не віддзеркалюють реальне становище взаємовідносин особистості та соціуму загалом [13, с. 23].

У позитивних можливостях віртуалізації соціуму дехто з дослідників виділяє відхід особистості від соціальних “рамок”, розкриття власного та справжнього “Я”. До прикладу, А. Ржеуський зауважив, що віртуальні мережі допомагають користувачам відкривати свій творчий потенціал. Творчість в мережі проявляється, у випадку, коли особистість прагне відкрити себе з іншої сторони. Здатність особистості загально проявити себе у деякій сфері значно впливає на збільшення загального творчого потенціалу соціуму [15, с. 285]. О. Грушовська також звертала увагу, що особистість, що знаходиться у

віртуальній реальності має можливість не погоджуватися із законами суспільства, підкорятися загальним нормам та правилам соціуму, а навпаки, може бути більш вільною, не обмеженою. Дослідниця стверджувала, що це значно модифікує бачення людини про світ та про себе, через призму нового комунікативного досвіду [15, с. 286].

Зважаючи на це, дедалі більше починає розвиватися культура спілкування в мережі. Адже, кожна соціальна мережа має власний стиль комунікації. Деякі соціальні мережі більше зорієнтовані на поширення суто політичних питань, деякі на індустрію моди, деякі тільки на обмін повідомленнями та дзвінки та багато інших. Але у більшості з них мета спільна – об'єднати людей, що мають спільні погляди, думки, або інтереси [14]. Саме культура спілкування в певній мережі визначає схильності людини, її життєві орієнтації та мотиви.

З негативної точки зору, віртуалізація суспільства негативно відображається на свідомості особистості, адже цей процес може дещо деформувати її, створюючи неадекватне уявлення про фізичну реальність. Не всі знаходять собі шляхи самореалізації та розвитку через мережу Інтернет, безліч людей починають зловживати онлайн іграми, беруть борги в онлайн-банках, без вагомої на то причини, шукають незаконні шляхи швидкого заробітку через мережу, вдаються до онлайн-шантажу та відкривають багато інших негативних сторін мережі Інтернет.

Дослідження проблеми фабінгу показали, що дане явище має свої специфічні властивості:

- у процесі спілкування співрозмовник постійно тримає гаджет в руках, або не більше, ніж на дистанції витягнутої руки, тобто пристрій повинен знаходитися в межах поля зору;
- моментальне реагування учасника спілкування на звукові сповіщення, звернення своєї уваги на екран телефону, незважаючи на співрозмовника;
- нехтування співрозмовником під час міжособистісної взаємодії, часте звертання уваги на смартфон, незалежно від важливості комунікації, тобто байдуже ставлення до спілкування та інших його учасників;

- підвищене занепокоєння, страх, роздратованість, коли немає можливості перевірити наявність сповіщень, або повідомлень;
- часте оновлення стрічки новин, або соціальних мереж, без конкретної на то причини;
- невдоволення учасників міжособистісної взаємодії через нав'язливе, постійне відволікання на гаджет;
- заперечення і відхилення людиною критичних суджень з приводу особистого способу комунікації, зв'язаного з нав'язливим використанням мобільного пристрою;
- зухвале ставлення до ускладнень, можливо навіть, руйнувань стосунків, можливостей, або планів через свою проблему залежності від Інтернету та гаджету [8, с. 93].

Тобто, фабінгова поведінка є досить явною, вона спостерігається безпосередньо саме у процесі спілкування, незалежно від ситуації, може виникати, як у близькому колі спілкування, і навіть при важливій діловій комунікації. Фабери зазвичай нехтують не тільки спілкуванням з рідними та близькими, а й у процесі вирішення нагальних проблем, вони завжди будуть акцентувати свою увагу на смартфоні більше, ніж на оточуючих [14].

Отже, з одного боку розвиток технологій та віртуалізація соціуму дещо прискорює процес комунікації людей між собою, які знаходяться на відстані, підвищує рівень надання послуг, допомагає людині “знімати ярлики”, розвиватися в будь-який час у будь-якому місці, а з іншого боку, цей процес послаблює зв'язки людини з реальним середовищем, зменшує реальне спілкування, змінює її свідомість, спричиняє ряд психічних залежностей, в тому числі і фабінг.

1.2 Вплив психологічних особливостей фабінгу на міжособистісне спілкування студентської молоді

Українські та зарубіжні вчені довели, що фабінг значною мірою негативно відображається на характері міжособистісного спілкування, у тому числі зменшує показник прихильності, довіри, чуйності та близькості між партнерами, або іншими учасниками взаємодії. Фабінг ставить під загрозу належність особистості та її взаємозв'язок з оточуючими у прийнятті. Це примушує оточуючих, з якими фабер проявляє свою характерну поведінку почувати себе викресленими з взаємодії, не важливими для тої людини, зневаженими та відкинутими. У більшості випадків у них спостерігається негативізм до тієї особи, поганий настрій, занижена самооцінка та почуття загальної незадоволеності спілкування з фабером [14]. Водночас, люди, яким притаманна фабінгова поведінка, які свідомо та несвідомо нехтують своїм колом спілкування, стороняться реального спілкування, разом з тим вони втрачають можливість включатися і повноцінно самореалізовуватися у соціумі.

Фабінгова поведінка значною мірою впливає на фізичне та психологічне здоров'я фаберів, неабияк в стані стурбованості, тривожності, депресії та стресу.

Дослідження науковців свідчать про те, що надмірне використання телефону, включно з Інтернет-залежністю пов'язані з можливими психічними розладами, підвищеною тривожністю, компульсивною поведінкою, деякими функціональними порушеннями, самооцінкою, самосприйняттям [16, с. 56]. Вони виявили, що явище фабінгу відображається на психічному здоров'ї всіх учасників міжособистісної взаємодії, і фаберів і фабі. Це проявляється у емоційному вигоранні, схильності до усамітнення, депресивних станів, заниженій самооцінці, уникненні подальшого спілкування, замкнутості тощо.

Психолог Б. Савчук зауважила, що людина дуже швидко звикає до комфорту, до ситуації, де вона відчуває себе у безпеці, до того, що поліпшує її самопочуття та стан. З кожним переглядом стрічки соціальних мереж, який

приніс відчуття задоволення, позитивні емоції та дав змогу почуватися у комфортній обстановці, відволіктися від проблем, може спонукати людину частіше схилитися до такої поведінки, ніби відволікаючись від реальності, від реальних проблем, від ситуацій, що погіршують загальне благополуччя [17].

Психологічні дослідження проблеми фабінгу показали, що це явище може мати певні наслідки, серед яких:

- погіршення міжособистісних відносин;
- зниження обізнаності особистості у спілкуванні, виникнення важкості у прийнятті рішень, невдоволеність необхідності у комунікації, становленні, сприйманні та входженні у соціальні групи;
- зміни у сприйнятті власної гідності у процесі спілкування;
- зниження самооцінки та почутті впевненості у собі. Можуть знижуватися вміння усвідомлювати свої почуття та співрозмовника, зникає емпатія, довіра;
- виникнення міжособистісних конфліктів, непорозумінь та почуття загальної незадоволеності спілкуванням та взаємодією у реальності;
- зниження загального психологічного благополуччя, схильність до депресивних станів [6].

На сучасному етапі більший відсоток студентської молоді не може уявити свого існування без гаджетів. Адже вони є кожній сфері діяльності. Робота, навчання, дозвілля, все можна вмістити в пристрій, який дає змогу у будь-якому місці, у будь-який час знайти потрібну інформацію, поспілкуватися з рідними, знайти хобі, побудувати відносини, відпочити, самореалізуватися, відкрити для себе щось нове, майже без обмежень. Молодь завжди прагне йти нога в ногу за новими тенденціями, розвиватися, шукати себе, більше відкривати для себе можливостей [18, с. 63]. До прикладу, у навчальній діяльності гаджети стають невід'ємними помічниками, адже будь-яку інформацію для самостійної, чи наукової роботи, підготовці до іспиту, написання доповіді, чи іншого завдання можна знайти одразу, не прикладаючи

до цього велику кількість фізичних зусиль. За допомогою мобільного пристрою кожен має вільний доступ до Інтернет-мережі.

У професійному становленні гаджети допомагають не лише знайти роботу за фахом, спостерігати за ринком праці, аналізувати спеціальності, що набирають актуальності на даний момент, а й розвиватися. Зараз існує безліч онлайн курсів, навчальних програм, наукових статей та матеріалів у вільному доступі [19, с. 10]. Це дає змогу молоді не обмежуватися лише навчанням у закладі освіти, а й самостійно відкривати для себе професійні можливості, розвиватися, знаходити для себе те, що дійсно цікаво та корисно. У сучасному світі технологій від фахівця вимагається, в першу чергу, адаптованість, спроможність та легкість у використанні технологій, це розвиває суспільство та професії загалом.

Дозвілля молоді також проходить у гаджеті. Це і спілкування, і перегляд стрічки соціальних мереж, новин, фільмів, відео на різних платформах, і онлайн ігри, і читання наукових та ненаукових статей, в залежності від вподобань, тощо.

Міжособистісні відносини, також, можуть будуватися саме в мережі Інтернет. Адже у віртуальному просторі людина сама керує з ким їй цікаво спілкуватися, може вільніше та легше будувати комунікативні зв'язки, створювати власне коло спілкування з тими, хто їй імпонує та цікавий. У мережі особистість може більше розкривати себе, без страху засудження, показувати свої справжні риси характеру, емоції та почуття. Але варто зауважити, що схильність проведення більшості свого часу у Інтернет-середовищі може значно змінити людину, її поведінку, стан свідомості, емоційний стан. Через те, що людина більшість частини життя віртуалізує виникає звичка у реальному житті та спілкуванні теж постійно концентрувати свою увагу на гаджеті, незалежно від ситуації [20, с. 120].

Фабінг є проявом психічної залежності від гаджету, який має доступ до мережі Інтернет. Особистості, що схильна до фабінгової поведінки притаманний страх, що вона може пропустити щось важливе, якщо не

перевірить свій телефон на наявність повідомлень, чи новин, навіть у випадку, коли це безпосередньо не відноситься до її життя [1].

Психологами Кентського університету вило встановлено, що існує тісний взаємозв'язок звички постійно звертати увагу на смартфон та синдромом згаяних можливостей. Дослідники провели опитування, де людям віком від 18 до 66 років потрібно було оцінити задовільність фабінгу та охарактеризувати власні поведінкові реакції – чи схильні вони відволікатися на телефон у процесі реального спілкування [6]. Результати показали, що п'ятдесят відсотків опитаних чоловіків та двадцять відсотків жінок мають звичку звертати свою увагу на гаджет у спілкуванні мінімум два рази, але варто зауважити, що опитані, у своєму колі спілкування спостерігали такі прояви поведінки частіше. На основі цього дослідження психологи вважають таку поведінку, як прояв недостатнього рівня навичок саморегуляції та самоконтролю, а також, синдромом згаяних можливостей, мається на увазі, що особистість тривожиться, щоб не загубити, чи втратити новину про подію, чи явище, перевіряючи стрічку новин, чи соціальних мереж [6].

Тісний взаємозв'язок фабінгу і міжособистісної взаємодії молоді постає як новітня проблема сьогодення. Спілкування сучасної молоді в мережі базується на взаємному описі емоцій та почуттів, вражень, що супроводжували їх впродовж певного проміжку часу [21]. Але таке спілкування є неповноцінним, вони не можуть спостерігати за емоційними та поведінковими реакціями, бачити свого співрозмовника, його настрій.

Проведення часу в мережі Інтернет знецінює реальне спілкування молоді між собою, змінює їх мислення та сприйняття оточуючих. Дослідження кандидата психологічних наук Н. Вітюк показали, що близько сімдесят чотири і чотири відсотки опитаних студентів надають перевагу живому спілкуванню, ніж віртуальному [7, с. 49]. Але в той же ж час, близько п'ятдесяти відсотків опитаних відповіли, що більшу частину свого часу вони знаходяться в соціальних мережах, тридцять сім і вісім відсотків відзначили, що їм простіше висловити щось важливе у повідомленні, аніж сказати наживо, тридцять один і

чотири відсотки респондентів зазначили, що саме через Інтернет-простір їм легше знаходити однодумців, що людей з подібними до них вподобаннями, двадцять три і один відсоток опитаних осіб стверджують, що спілкування в соціальних мережах дає змогу показувати себе з ліпшої сторони, чотирнадцять і один відсоток респондентів відповіли, що їх життя без Інтернет-мережі було б монотонним, нецікавим, однобарвним. На основі цього дослідниця зробила висновок, що серед молоді спостерігаються конкретні проблеми у комунікативній сфері, сучасна молодь з легкістю може відмовитися від реального спілкування і надати перевагу онлайн комунікації [7, с. 49].

Проте, слід пам'ятати, що спілкування через мережу Інтернет має, як переваги, так і недоліки. Проведення часу в мережі – затрачений дорогоцінний час, який можна провести з більшою користю. До прикладу, використати цей час на живе спілкування з друзями, родиною, на саморозвиток, навчання, хобі, пошук нових знайомств тощо. Адже фабінгова поведінка може призводити до втрати можливостей життя, цінностей (спілкування з близькими, підтримка їх у важливий момент, довіра, тощо), втрати загального життєвого задоволення, людина в мережі втрачає не лише зв'язки з зовнішнім середовищем, а й з собою, вона може перестати відчувати себе у реальності, тобто проживати своє життя тільки у віртуальному просторі [22]. Загальна мережева павутина викликає залежність досить швидко. Досить багато людей не можуть уявити свого життя без телефону, не можуть побути навіть годину без мобільного, без можливості перевірити повідомлення, сповіщення, новини, тощо, їм важко зосереджувати увагу на реальному співрозмовнику, спілкуватися з людиною наживо, вони постійно думками хочуть подивитися в екран гаджету, щоб “не пропустити щось важливе” [23, с. 120].

Фабінг впливає на соціум загалом та особистість окремо. В подальшому проблема фабінгу може призвести до знецінення людських професій, бо людину зможе замінити штучний інтелект, це достатньо сильно понизить рівень інтелектуального розвитку людей, тому що вони у всьому будуть використовувати техніку, не будуть самостійно вирішувати свої питання,

шукатимуть шляхи легкого виходу з ситуації за допомогою новітніх технологій. Фабінгова поведінка значно відображається на міжособистісному спілкуванні, зменшує рівень та цінність реального спілкування, погіршує взаєморозуміння людей між собою [24, с. 110]. Це породжує ще низку суспільних проблем, до прикладу, досить поширеною стає проблема кіберзлочинності, яку правоохоронні органи не мають змоги самотійно вирішити. У багатьох людей виникає проблема залежності, які вони не здатні самотійно подолати. Дехто настільки піддається віртуальному простору, що може бути схильним до агресивної поведінки до оточуючих, або взагалі психічних розладів [25, с. 25].

В загальному, можна чітко стверджувати, що фабінг викликає багато проблем у комунікаційній сфері людей, та значною мірою негативно впливає на їх психічний стан. Фабінг є соціальною проблемою сучасності та значно впливає на функціонування соціуму. Суспільство навіть не усвідомлює наскільки гострою є проблема і наскільки негативні її наслідки. Проблеми у міжособистісній взаємодії соціуму, зменшення рівня емпатії, взаємоповаги та довіри, відокремленість людей один від одного, порушення емоційної сфери людей, також, під загрозою знаходиться, навіть, особистісний розвиток та становлення особистості [26, с. 106].

Сучасне суспільство настільки прагне встигати за тенденціями розвитку технологій, що забувають про свій розвиток, про своє оточення, про наявні реальні проблеми у житті, що не можна вирішити за допомогою гаджету.

1.3 Чинники виникнення фабінгу серед студентської молоді

Дослідження зарубіжних вчених 2015 року доводили, що фабінг, як прояв Інтернет-залежності, може виникати на фоні психічних, вегетативно-соматичних, неврологічних розладів, неприйнятливостю, компульсивною поведінкою, функціональними порушеннями тощо [7]. Вчені Ліу, Робертс та Давід виявили, що фабінгова поведінка негативно відображається на

психічному здоров'ї як фабі, так і фаберів, підвищує ризик емоційного вигорання та депресії [10].

Студентська молодь зазвичай проводить більшу частину свого часу зі смартфоном. На даний час кожен з них може не виходячи з дому навчатися, працювати, знайомитися з новими людьми, будувати відносини, розвиватися, шукати для себе щось нове та цікаве, розважатися та багато іншого [27, с. 147]. В силу того, що життєві події останніх років змусили адаптувати будь-який вид своєї діяльності до онлайн, молодь тепер може швидко, легко, без зайвих зусиль зайти в Інтернет, та не тільки знайти корисну та потрібну інформацію, а й побудувати коло спілкування, яке йому цікаве [28, с. 143].

Але з кожним роком проблема фабінгу набуває все більшої актуальності. Через карантинні обмеження у світі у 2020 році безліч людей навчилися працювати, спілкуватися, навчатися через гаджет [29, с. 72]. Саме у той період людей обмежили майже у всьому, вони не мали змоги ходити на роботу, навчання, зустрічатися з друзями, їздити в гості до рідних та близьких, просто гуляти вулицями міста, подорожувати, спілкуватися наживо з оточуючими. Але вони зуміли адаптувати своє життя за допомогою різноманітних гаджетів. Дехто з них відчули полегшення через ці обставини, адже їм психологічно легше та комфортніше все робити через Інтернет і вони досі більшу частину свого часу проводять в мережі [29, с. 73]. Дехто з людей зуміли проявити себе, знайти однодумців, подолати якісь особистісні кризи, чи комплекси саме через спілкування у соцмережах, і вони надалі надають перевагу віртуальному спілкуванню. Саме через це у них виробилася звичка постійно тримати гаджет при собі, контролювати потік новин, сповіщень, повідомлень тощо. В подальшому це переростає у залежність, фабінг [30, с. 55].

Якщо брати до уваги українське суспільство, то одразу після пандемії, у 2022 році слідували інші події – війна. Життя змусило українців продовжувати працювати, навчатися, спілкуватися онлайн [28, с. 143]. У багатьох рідні, близькі виїхали за кордон, або знаходяться на окупованих територіях, дехто перебувають у зоні бойових дій, і ситуація ніби змушує їх постійно тримати

телефон при собі, слідкувати за новинами, повідомленнями, дзвінками, незалежно від ситуацій [31, с. 4]. У перші місяці війни люди, незалежно від віку, постійно моніторили новини, слідкували за подіями, намагалися цілодобово тримати зв'язок з рідними. На фоні цього у багатьох теж з'явилася звичка нав'язливого використання смартфонів, або інших пристроїв зв'язку, що переросла фобінг, коли людина вже не може відмовитися від свого телефону, навіть при важливій зустрічі, чи живій розмові з рідними [32, с. 221].

З психологічної точки зору можна виділити головні передумови, які можуть бути першопричиною розвитку фобінгу. Боязнь самотності, а самодостатність плавно зникає з життя суспільства. Сучасна молодь схиляються до хибної думки, що самодостатність – це можливість довготривало знаходитися наодинці, з мобільними пристроями, або іншими гаджетами зв'язку [33, с. 5]. Саме боязнь ізольованості, або самотності змушує особистість завжди цікавитися новинами в мережі Інтернет, та запевняти себе тим, що вона орудує всією інформацією, тобто виникає омана соціальності. В той же ж момент, у реальності особистість може майже не мати друзів, знайомих, не спілкуватися з ними, або робити це максимально рідко [34, с. 82]. Ця ж особистість у реальному житті, при спілкуванні, може бути замкнутою, мовчазною, відчувати ніяковість, у неї можуть бути наявні психологічні проблеми та комплекси [35, с. 57]. Гаджет – здатність почувати себе потрібним, значущим, нехтуючи будь-якими бар'єрами, що притаманні у реальному житті. Адже, на думку сучасної людини, в мережі можна бути собою, не дотримуватися певних правил етикету, не подавляти своїх емоцій та переживань, не почувати себе винною у чомусь [36, с. 13]. Це прояв високого рівня несамостійності, інфантилізму, безвідповідальності, егоїзму, що може бути передумовою фобінгу. Несамостійність, або інфантилізм – це небажання брати на себе відповідальність, особистісна незрілість, що виявляється в першу чергу у недостатньому розвитку емоційної та вольової сфери психіки особистості, у розбіжності розвитку поведінки та віку людини [37]. Здебільшого, несамостійність, як уставлена характеристика індивідуума

співвідноситься із зовнішнім фокусом контролю, високою самооцінкою та рівнем домагань, невмінням приймати іншу точку зору, егоїзмом, здатністю, незалежно від ситуацій, відмовлятися від власної відповідальності за неуспіх на когось іншого, критичне, інколи хворобливе відчуття особистої незахищеності [38, с. 210]. Водночас, механізмом, що компенсує це постають зусилля сторонитися можливості адекватно розцінювати об'єктивну суспільну реальність, зокрема здатністю поглиблення у віртуальне середовище.

Також, однією з головних передумов фабінгу серед молоді є задоволення потреб соціального характеру: комунікація, самореалізація, економія часу, самоствердження тощо [39 с. 149]. Інтернет середовище дає змогу будувати соціальні взаємодії, при цьому задовольняючи приховані потреби, які не помічаються у реальному житті, а розкриваються у мріях, фантазіях, думках. Через віртуальне соціальне середовище особистість має можливість створювати ті образи власного “Я”, які він соромиться, або боїться показувати наяву [40, с. 75]. Також, за допомогою Інтернет-мережі, людина може уявно долати відчуття самотності та невпевненості в собі, обираючи коло спілкування відповідно до своїх прихованих мотивів та потреб.

Ще однією передумовою розвитку фабінгу є недостатній розвиток саморегуляції та самоконтролю [41, с. 29]. Мається на увазі, що людина легко піддається впливу, несвідомо наслідує поведінку оточуючих. Фабінг досить стрімко поширився чи не в кожній країні, місті, серед різних соціальних груп [42, с. 319]. Через те, що багатьом властива ця проблема – інші можуть наслідувати ці дії. Це може бути і випадок, коли хтось у процесі спілкування є фабером, в той момент фабі є незадоволеним спілкуванням, відчуває відчуженість і вдається до аналогічної поведінки, теж постійно перевіряє новини, моніторить стрічку соціальних мереж, шукає спілкування та підтримки саме в віртуальному середовищі [43].

Молодь завжди прагне встигати за новинками, тенденціями розвитку технологій. Можливістю для цього є мережа Інтернет. Заходячи на будь-який сайт людина тисне на одне посилання, потім інше і так по колу [44, с. 181].

Коли люди висвітлюють на загал пост, цікаву статтю, вона в той же ж час отримують реакції (коментарі, вподобайки, репости тощо). Це надає їм змогу відчувати необхідність, важливість, цікавість до себе від інших користувачів [45]. Дехто з дослідників таку закономірність називають циклом зворотного зв'язку. Вони зауважили, що почуття в той момент в людини можуть співпадати з почуттям кохання, дружби, симпатії і саме тому молодь марнують свій час на телефон та Інтернет, пояснюючи це властивістю мобільності та багатозадачності [46, с. 234]. Люди вважають, що вони можуть бути продуктивними водночас з будь-якою іншою діяльністю.

Науковці виділи, що синдром втрачених можливостей, також, може стати причиною прояву фабінгу [47, с. 292]. Боязнь пропустити щось нове, цікаве, важливе, чи те, що безпосередньо не стосується самої людини чітко характеризує фабінгову поведінку і синдром втрачених можливостей. Особистість, якій властива ця проблема характеризується переконанням, що "всі, але не я" [48]. Вона твердо вірить, що у світі здійснюється щось важливіше та цікавіше, ніж в її особистому житті. На основі цього формується потреба соціальної активності, до спілкування з новими людьми, прагнення одержати увагу, схвалення та симпатію від інших в мережі Інтернет [49]. Дана проблема проявляється через те, що особистість має несформоване уявлення та відчуття самоцінності, яке збільшується порушенням баченням реальності через мережу Інтернет [50, с. 184]. Психотерапевт А. Осадча стверджує, що зразки та еталони, які висуваються суспільством і передаються за допомогою Інтернету, нав'язуються людям, що невдоволені собою та своїм життям. Також, дослідниця зауважує, що у процесі розвитку синдрому втрачених можливостей значущу роль постає сформоване позитивне мислення [51]. Мається увазі, що особистість прагне завжди показувати себе з кращої сторони і робить такі дії, щоб викликати захват. У цьому випадку ключову роль відіграють високі суспільні очікування, норми та стандарти [52].

Серед причин прояву фабінгу серед молоді варто, також, звернути увагу на емоційні чинники. Стрес, пригнічені емоції, ментальні розлади, емоційне

вигорання стають чинниками переключення своєї уваги на віртуальне середовище, ніби втеча від проблем [53, с. 205]. Молода людина, що не вміє долати свої негативні емоційні переживання у реальному житті, шукає можливості вирішення своїх проблем у мережі Інтернет. Це може проявлятися, коли особистість немає належної підтримки, її ніхто не може вислухати, зрозуміти, тоді вона шукає допомоги у соціальних мережах, чатах, онлайн іграх тощо [54 с. 73]. Вона шукає когось, або щось, що допоможе переключитися, розслабитися, або висловити свої почуття та емоції. У такому випадку Інтернет-мережа стає своєрідним щоденником, або простою зміною обстановки [55, с. 69]. Саме у віртуальному світі людина може вільніше показувати, що її тривожить, чи пригнічує, легше розповідати про свої проблеми, або ж, знаходити середовище, де цієї проблеми нібито не буде існувати. У реальному житті в такому випадку людина може проявляти замкнутість, відстороненість, а коли їй хтось з оточуючих почне вказувати на те, що вона надмірно багато часу проводить в смартфоні – може проявити агресивність, злість, осуд [56, с. 76]. Реальність може повертати їй неприємні почуття та емоції, від яких вона намагатиметься відсторонитися в гаджет.

Можна простежити, що кожна з передумов є взаємопов'язаною з кожною наступною, тобто причина виникнення фабінгу може бути, а може бути їх цілий комплекс. Одні люди свідомо вдаються до фабінгової поведінки, інші можуть наслідувати поведінку оточуючих. У кожної людини звичайна звичка перевіряти телефон може перерости у залежність, коли вже важко, або неможливо відмовитися від гаджету.

Висновки до розділу

У цьому розділі було проаналізовано літературні джерела з проблеми фабінгу, визначено його основні характеристики, причини виникнення та наслідки впливу. В загальному можна стверджувати, що фабінг є результатом диджитизації соціуму, тому що, в першу чергу, стрімкий розвиток інноваційних

технологій та Інтернет-мережі спровокував зміни поведінки людей. Досить часто люди концентрують свою увагу на гаджетах у буденних справах (прийом їжі, подорожі, спілкування, прогулянки, відпочинок тощо).

Така новітня звичка набуває все більшого поширення серед пересічних людей. Позбутися цієї звички стає неможливим через значне полегшення життя людства, адже тепер у невеликому гаджеті вміщається вся інформація, комунікація на відстані, хобі, робота, навчання. Відбувається процес знецінення живого спілкування людей між собою.

У науковій літературі фабінг визначається як явище безпосереднього нехтування свого співрозмовника у процесі живого спілкування через постійне використання телефону. Було визначено головні характеристики фабінгу – безперервне, або періодичне використання телефону особою під час комунікації, відсутність концентрації на розмові, неухважність до свого співрозмовника, з боку співрозмовника невдоволення щодо такого ставлення, в загальному – труднощі зосередження особи з фібінговою поведінкою на процесі розмови, моментальна реакція на звук сповіщення, прояви стурбованості та дратівливості у ситуації відсутності можливості використання смартфона тощо.

Ключовими факторами даного явища постає залежність особистості від мобільного телефону та Інтернет-мережі, страх упустити будь-яку інформацію, труднощі у комунікації, проблеми міжособистісних стосунків, низький рівень самоконтролю та саморегуляції.

У студентської молоді фабінг проявляється досить часто. Це зумовлено тим, що молодь завжди прагне пізнавати інноваційні технології, слідкувати за новітніми тенденціями, “йти нога в ногу з технологічним прогресом”.

На рівень розвитку фабінгу серед студентської молоді впливають соціальні стандарти, закріплені у їх оточенні, розвиток інформаційних та комунікаційних технологій, соціальний статус, життєві обставини, рівень міжособистісного спілкування, оточуюче середовище. Фабінг постає суспільно-значущою проблемою сучасності, однак переважна більшість не розуміє його

негативні наслідки. В першу чергу звичка постійного використання смартфона значно впливає на стан міжособистісних відносин, емоційний стан, знижує рівень загального особистісного благополуччя, як людини, що схильна до такої поведінки так і її кола спілкування, можуть виникати перешкоди самореалізації, може виникати соціальна ізоляція тощо.

При теоретичному дослідженні фобінгу ми визначили, що на його прояв може впливати безліч факторів, серед яких ми виділили основні на нашу думку – емоційний інтелект, схильність до Інтернет-залежності, рівень самооцінки, когнітивна орієнтація та загальне відношення до Інтернет-мережі. Тому для детального дослідження прояву фобінгу серед студентської молоді були відібрані діагностичні методики, що виявляють рівень вираження цих компонентів.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПРОЯВУ ФАБІНГУ СЕРЕД СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

2.1 Діагностика психологічних проявів студентської молоді, які впливають на прояв фабінгу

До дослідження проблеми прояву фабінгу серед студентської молоді залучалися студенти Хмельницького національного університету кафедри психології та педагогіки. Обрана вікова категорія 22-28 років жіночої та чоловічої статі. Кількість вибірки – 30 осіб: 4 особи (14%) чоловічої статі та 26 (87%) – жіночої.

Ми обрали саме цю категорію осіб, адже припускаємо, що фабінг найбільш розповсюджений і чітко проявляється серед юнацького віку. Тому, що діяльність студентів повною мірою пов'язана з гаджетами і вони проводять з ними більшу частину свого часу. За спостереженнями ми помітили, що відсотків 90% постійно тримають в руках телефон та постійно перевіряють наявність сповіщень.

Нами було обрано сім методик різного спрямування для вивчення проблеми:

- Діагностика “Емоційного інтелекту” (Н. Холд);
- Тест на Інтернет-залежність (К. Янг);
- Опитувальник ставлення до Інтернету (А. Жичкіної);
- Методика “Шкала самооцінки”;
- Методика “Когнітивна орієнтація (Локус Контролю)” (Дж. Роттер);
- Авторський опитувальник.

Дані діагностики дають змогу оцінити кожен з психологічних проявів особистості, що впливає на процес формування фабінгу та його перебіг з різних сторін.

Кожна з методик відповідала завданням наукової роботи, досліджувалися різні психологічні категорії, що на нашу думку впливають на розвиток досліджуваного явища.

Всі методики були подані у Google формі, щоб студентам було зручно та вони мали змогу проходити їх у зручний для них час. Таблична форма результатів дала нам змогу інтерпретувати результати і оцінювати їх за шкалами.

Всі опитування були анонімними, кожен при проходженні методик лише повинен був вказати свій вік та стать. Це у свою чергу дало нам змогу оцінювати не лише за конкретними компонентами, а й розподілити за гендерними характеристиками.

Діагностика “Емоційного інтелекту” (Н. Холл) (додаток А)

Дана методика дає змогу визначати рівень емоційного інтелекту орієнтуючись на змішану модель емоційного інтелекту та побудована у вигляді опитувальника. Вона допомагає досліднику оцінити п'ять компонентів емоційного інтелекту: емоційна обізнаність, управління емоціями, самомотивація, емпатія та розрізняти емоцій інших людей. Опитувальник має шість варіант відповіді на запитання: повністю не погоджуюсь, частково не погоджуюсь, частково погоджуюсь, в основному не погоджусь, частково не погоджуюсь, частково погоджусь, в основному погоджусь, повністю погоджуюсь. Результати опитування дають змогу визначити три рівні емоційного інтелекту, на основі кожної шкали: низький (сім і менше), середній (від восьми до тринадцяти) та високий (чотирнадцять та більше) [57].

Мета методики полягає у дослідженні здібностей індивідуума розрізняти відносини, що представляється в емоціях і керуванні власною емоційною сферою на підставі прийняття рішень [57].

Шкала емоційної обізнаності полягає в усвідомленні особистості своїх емоційних станів в актуальний момент часу.

Шкала управління своїми емоціями визначає можливість особистості емоційно адаптуватися до різноманітних ситуацій, знаходити емоційний вихід з кожної.

Шкала самомотивація. Ця шкала дає змогу визначити наскільки особистість може довільно керувати своїми емоціями.

Шкала емпатії дає можливість визначити схильність особистості до співпереживання і розуміння почуттів та станів оточуючих.

Розпізнавання емоцій інших людей допомагає визначити здатність впливати на емоційні стани оточуючих [58, с.74].

Інтерпретація результатів дає змогу визначити рівень розвитку емоційного інтелекту за кожною шкалою, яка поміщує в собі певні ознаки та властивості, що показують наскільки людина вміє контролювати свої емоційні стани та усвідомлює важливість цього процесу [59, с. 27].

Тест на інтернет-залежність (К. Янг) (додаток Б)

Методика Кімберлі Янг на визначення інтернет залежності була створена та затверджена у 1994 році професором психологічної науки Пітсбурського університету. Дана методика подана у вигляді тесту, що допомагає визначити патологічні схильності до Інтернету, без оцінки форм цієї пристрасті [60, с. 153]. На думку вченого така схильність прирівнюється до нехімічної залежності і постає як феномен поведінкової та емоційної залежності від певної з форм поведінки та є визначенням поняття Інтернет-адикції. К. Янг виділив три основні характеристики даної залежності: збільшення дози (тобто збільшення проведеного часу в мережі), зміна форми поведінки (випадок коли діяльність в мережі заміняє собою форми поведінки реального життя та життєдіяльності загалом) та симптом відміни (коли погіршується емоційне самопочуття у випадку відсутності Інтернет-мережі) [60, с. 103].

Тест створений для виявлення наявності й важкості залежності. За допомогою нього можна визначити неусвідомленість використання Інтернету і оцінити ознаки залежності. Дослідник виділив декілька ступенів цієї адикції:

звичайне використання мережі, легка ступінь, помірна та перевищення нормального часу використання Інтернету [61, с. 103].

Запитання методики побудовані таким чином, що можна визначити саме схильність респондентів до Інтернет-залежності.

Опитувальник ставлення до Інтернету (А. Жичкіної) (додаток В)

Дана методика виявлення ставлення до Інтернету представлена у формі опитувальника, який допомагає виявити ставлення молоді до мережі Інтернет. Адже, на думку А. Жичкіної Інтернет-залежність – поведінкова форма залежності, яка виявляється у мимовільній сталій прихильності знаходитися в Інтернет-мережі, а також втраті самоконтролю у його використанні .

Опитувальник має два варіанти тверджень – А (присвоюється один бал) і Б (нуль балів). При інтерпретуванні результатів зі схильністю до Інтернет-залежності вважаються ті, хто отримали три і вище бали, а відсутністю такої схильності – нуль балів. Сам опитувальник налічує лише сім тверджень [62, с. 27].

Методика “Шкала самооцінки” (додаток Г)

Дана методика спрямована на визначення рівня самооцінки особистості. Тест-опитувальник має ряд запитань, що спрямовані на оцінку рівня внутрішнього почуття гідності та самоповаги. Він налічує 32 твердження де представлені по п'ять варіантів відповідей, з яких потрібно обрати один. За кожен варіант відповіді нараховується певна кількість балів: дуже часто – 4 бали, часто – 3, іноді – 2, рідко – 1, ніколи – 0 балів [63].

Авторський опитувальник (додаток Д)

Мета даного опитувальника полягає у виявленні ставлення респондентів до осіб, що маю схильність до Інтернет-залежності. Кожне запитання має свої варіанти відповідей, включені і питання, що потребують більш розгорнутої відповіді. Це дає змогу більш раціонально оцінити відношення молоді до проблеми явища фобінгу.

Методика “Когнітивна орієнтація (Локус Контролю)”

(Дж. Роттер) (додаток Е)

Методика “Когнітивна орієнтація” (Локус контролю) розроблена Дж. Роттером дозволяє виявити спрямованості індивідуума на зовнішні, або ж внутрішні стимули. На думку вченого, ті, хто спрямовані на зовнішні стимули – екстернали, а ті, хто на внутрішні – інтернали [64, с. 43].

Отже, за даною методикою можна визначити тип особистості – інтернальний, або екстернальний. Інтернальний – тип особистості, коли вона має чітке усвідомлення, що на події та ситуації що відбуваються з нею впливають її особистісні характеристики (обізнаність, рівень здібностей, життєспрямованість тощо) і є об’єктивними наслідками саме її власної діяльності. Екстернальний – тип особистості, коли вона вважає, що на її здобутки та незгоди впливають перш за все зовнішні обставини – умови її життя, діяльність оточуючих, непередбачені ситуації, таланти чи невдача тощо. Тобто повне переконання, що не вона сама впливає на своє життя, а життя впливає на неї.

Мета методики полягає саме у визначенні типу спрямованості особисті, оцінюванні її поведінкових мотивів у процесі діяльності. Позитивна відповідь на будь-яке твердження оцінюється в один бал. Найбільша кількість балів, яку може отримати респондент – двадцять три, так як шість тверджень є другорядними та менш важливими [65, с. 7].

Отже, відібрані методики дають змогу оцінити психологічні компоненти особистості, які в комплексі впливають на формування явища фобінгу. Нами звертається особлива увага саме на оцінку емоційного інтелекту молоді, їх самооцінку, когнітивну орієнтацію (локус контролю) та ставлення до залежностей, а саме Інтернет-залежності. Це дасть нам змогу оцінити ступінь вираженості явища фобінгу серед студентської молоді та виявити основні психологічні чинники, які впливають на виникнення цієї проблеми.

2.2 Аналіз отриманих результатів дослідження

Діагностика “Емоційного інтелекту” (Н. Холл)

Дана методика спрямована на дослідження здатності молоді до усвідомлення стосунків, що представляється в емоційних станах та почуттях, а також, оперувати власною сферою емоцій, в підґрунті якої знаходяться прийняття рішень. При аналізі результатів за даною методикою ми орієнтувалися на п'ять шкал – емоційна обізнаність, управління своїми емоціями, самомотивація, емпатія, розпізнавання емоцій інших. Кожна зі шкал поділялася на ступені парціального емоційного інтелекту згідно результатів.

За шкалою “емоційна обізнаність” високий рівень отримали 7 респондентів (23%), середній рівень – 14 осіб (47%) та низький – 9 респондентів (30%) (Рис. 2.1). Цей показник характеризує осіб, що здатні усвідомлювати, обмірковувати, керувати особистими почуттями та емоціями. Вони чітко можуть розуміти, що з ними відбувається в той, чи інший момент, які емоції та почуття у них викликає той, чи інший чинник. Тобто, рівень цього показника визначає те, наскільки особистість усвідомлює свої емоції та переживання, незалежно від подій та ситуацій. Високий рівень характеризує осіб, що здатні розуміти та розрізняти свої емоції та інших, оцінювати емоційні стани. Низький рівень показника емоційної обізнаності вказує на те, що особистості важко розуміти емоції, свої та оточуючих.



Рисунок 2.1 – Шкала “Емоційна обізнаність”

Таблиця 2.1 – Результати за шкалою “Емоційна обізнаність”

Рівень	Кількісний результат	Відсотковий результат
Високий	7	23%
Середній	14	47%
Низький	9	30%

За шкалою “управління своїми емоціями” високий рівень у 2 осіб (7%), середній у 10 (33%), низький у 18 осіб (60%) (Рис. 2.2) Цей показник характеризує рівень того, наскільки людина легко заспокоюється після критичної ситуації, перестає гніватися, вгамовує негативні емоції. Чим вищий рівень за цим показником, тим легше людина вміє адаптуватися у кризових ситуаціях. Низький рівень показника “управління своїми емоціями” характеризує осіб, які схильні загострюють свою увагу на негативних емоціях, у них часто переважають песимістичні настрої. Вони неусвідомлено помічають у ситуаціях негативні аспекти.



Рисунок 2.2 – Шкала “Емоційна обізнаність”

Таблиця 2.2 – Результати за шкалою “Емоційна обізнаність”

Рівень	Кількісний результат	Відсотковий результат
Високий	2	7%
Середній	10	33%
Низький	18	60%

Шкала “самотивація” показала, що високий рівень характеризує 5 осіб (17%), середній – 13 (43%), та низький – 12 (40%) респондентів (Рис. 2.3). Ця шкала визначає рівень того, наскільки людина вміє доволно керувати власними емоціями. Також, усвідомлювати та приймати конкретні задачі, у виконанні яких може орієнтуватися, в першу чергу, на власну відповідальність за результати та контроль за реалізацію тих задач. Чим вищим є рівень за цією шкалою, тим краще людина може себе націлювати на результат та впевнено йти до його досягнення. Середній рівень цього показника у людей вказує на те, що у багатьох ситуаціях вони схильні усвідомлювати чинники особистої поведінки та помічати поведінкові чинники інших людей. Студентам з низьким рівнем цього показника тяжко функціонувати згідно життєвим запитам.

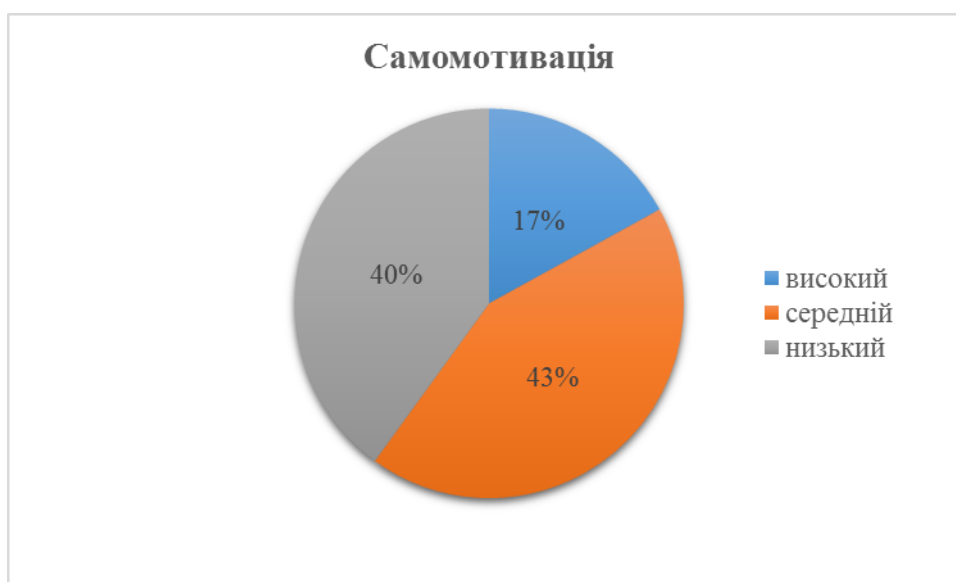


Рисунок 2.3 – Шкала “Самомотивація”

Таблиця 2.3 – Результати за шкалою “Самомотивація”

Рівень	Кількісний результат	Відсотковий результат
Високий	5	17%
Середній	13	43%
Низький	12	40%

За шкалою “емпатія” нами було визначено високий рівень у 9 досліджуваних (30%), середній – у 11 (37%), низький – у 10 (33%) (Рис. 2.4). Ця шкала допомагає виявити рівень того, наскільки людина здатна до співпереживання, усвідомлювати відносини, почуття та емоції, емоційні стани оточуючих, або близьких людей. Чим вищий рівень співпереживання, тим краще людина розуміє інших. Досліджувані з високим показником рівня “емпатії” характеризуються здатністю до усвідомлення, співпереживання та безкорисливості. Респонденти, у яких виявлено низький рівень даного показника схильні до байдужості та холоднокривності по відношенню до переживань, почуттів та думок оточуючих.

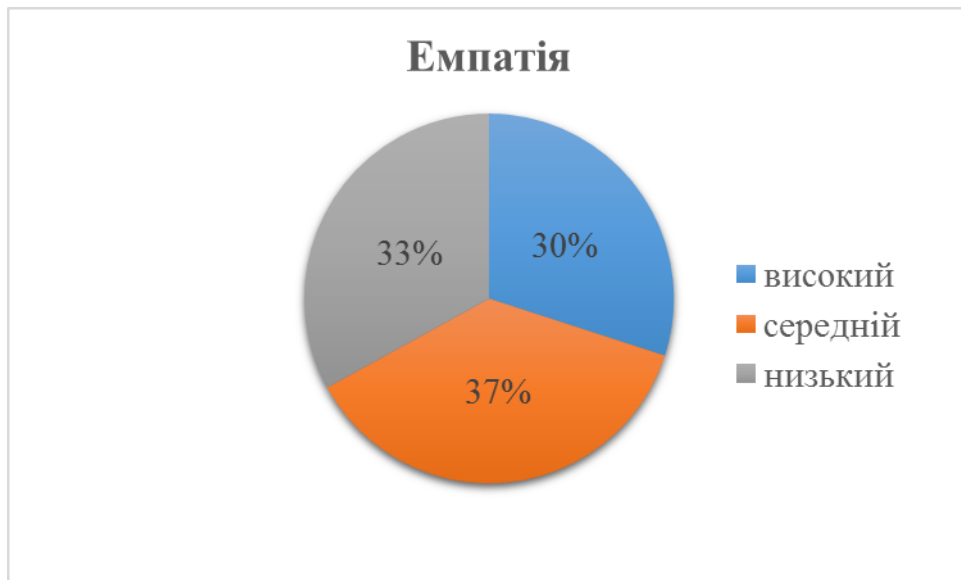


Рисунок 2.4 – Шкала “Емпатія”

Таблиця 2.4 – Результати за шкалою “Емпатія”

Рівень	Кількісний результат	Відсотковий результат
Високий	9	30%
Середній	11	37%
Низький	10	33%

За шкалою “розрізнення емоцій інших” високий рівень притаманний 6 респондентам (20%), середній – 8 (27%) та низький – 16 (53%) досліджуваним (Рис. 2.5). Високий рівень показника “розпізнавання емоцій інших” показує, що такі люди здебільшого здатні визначати рівень інтересу оточуючих у ході спілкування та сприяти їх активності власним потенціалом.

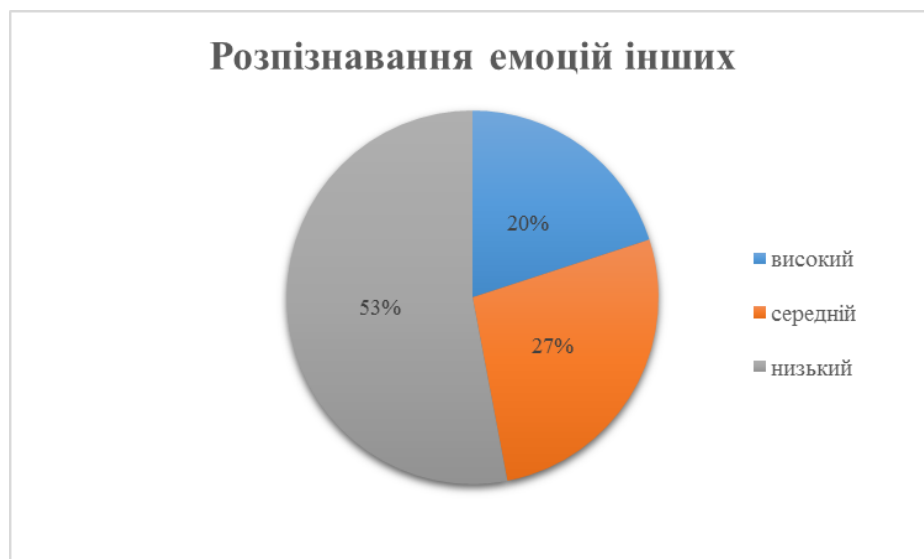


Рисунок 2.5 – Шкала “Розпізнавання емоцій інших”

Таблиця 2.5 – Результати за шкалою “Розпізнавання емоцій інших”

Рівень	Кількісний результат	Відсотковий результат
Високий	6	20%
Середній	8	27%
Низький	16	53%

Також, проводився ще аналіз інтегративного ступеню емоційного інтелекту, де включався і домінуючий показник за шкалами. Було визначено, що високий рівень властивий – 4 особам (13%), середній – 8 (27%), низький – 18 (60%) (Рис. 2.6). Оцінки за цією шкалою вказують на здатність людини впливати на емоційний стан оточуючих, через призму усвідомлення їхніх почуттів та емоцій. Чим вищою є оцінка за цією шкалою, тим краще людина розуміє стани інших і може на них впливати.

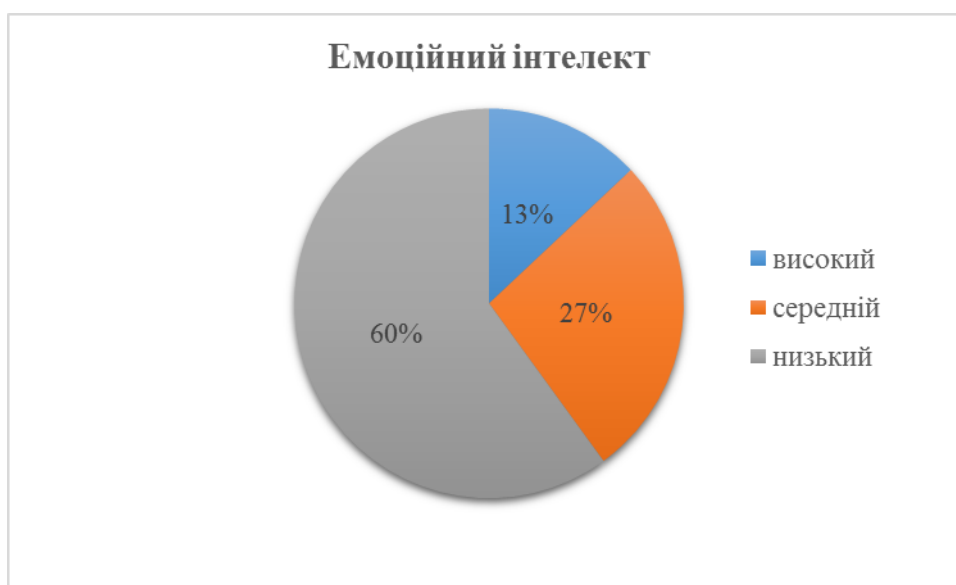


Рисунок 2.6 – Шкала “Емоційний інтелект”

Таблиця 2.6 – Результати за шкалою “Емоційний інтелект”

Рівень	Кількісний результат	Відсотковий результат
Високий	4	13%
Середній	8	27%
Низький	18	60%

Загальний показник емоційного інтелекту вказує на усвідомлення людиною власних почуттів та емоцій, на фоні ставлення до себе та інших,

здатності продуктивно взаємодіяти та співпрацювати з оточуючим середовищем, відношення до життя загалом та прагнення гармонії у кожній із сфер свого життя. Чим вищим є рівень емоційного інтелекту, тим краще людина буде взаємодіяти з іншими, усвідомлювати себе та емоційні стани соціального середовища, досягати психічного та фізичного благополуччя.

Емоційний інтелект відіграє неабияку роль у міжособистісному спілкуванні, при появі фабінгу емоційний інтелект значно знижується. Це відбувається тому, що через смартфон людина не може бачити поведінкові та емоційні реакції свого співрозмовника, відчувати реальні почуття та емоції, які відчують люди при реальному спілкуванні. Дана методика надала нам змогу визначити, що 60% респондентів мають низький рівень емоційного інтелекту, це вказує на низьку спроможність усвідомлення особистих емоцій та емоцій оточуючих, низький рівень продуктивної взаємодії з оточуючим середовищем. На це може впливати ряд факторів, серед яких і явище фабінгу. Адже, чим більше людина проводить часу в Інтернет мережі, тим нижчим є рівень її реальної взаємодії з оточуючими. У процесі живого спілкування людина пізнає не тільки власний емоційний світ, а розвивається у світі емоцій оточуючих.

Тест на Інтернет-залежність (К. Янг)

Даний тест допомагає визначити Інтернет-залежних особистостей, або тих, хто більше норми часу проводить в мережі. Нами було виявлено, що серед досліджуваних 24 особи (80%) звичайні користувачі Інтернету, тобто вони проводять час в мережі, але можуть вільно з неї вийти і займатися буденними справами. У 6 осіб (20%) є деякі проблеми, пов'язані з надмірним захопленням Інтернетом, тобто їм важче, ніж попереднім вийти вчасно з мережі, відволіктись на живе спілкування, вони достатньо багато часу проводять в гаджеті, але можуть відволікатися на життєві справи, вирішувати їх (Рис. 2.7). Інтернет-залежних осіб виявлено не було, таким людям важко, або неможливо вийти з Інтернету, проводити час, без можливості виходу в мережу, вони постійно тримають гаджет в полі зору, щоб мати змогу в будь-який момент відкрити необхідну соціальну мережу, чи інший веб-сайт.



Рисунок 2.7 – Загальні результати

Таблиця 2.7 – Результати тесту на Інтернет-залежність

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
40-90 балів	6	20%
100-159 балів	24	80%
160-200 балів	0	0%

При аналізі результатів за гендерними характеристиками було виявлено, що серед представників чоловічої статі звичайних користувачів Інтернету 3 особи (75%) і одна людина (25%) має деякі проблеми та схильності до Інтернет-залежності (Рис. 2.8).



Рисунок 2.8 – Результати опитаних чоловічої статі

Результати за жіночою статтю показали, що 21 особа (81%) звичайні користувачі Інтернет, а 5 осіб (19%) мають схильності до Інтернет-залежності та нерационального використання часу в мережі (Рис. 2.9).



Рисунок 2.9 – Результати опитаних жіночої статі

Таблиця 2.9 – Результати за гендерними характеристиками

	Чоловіча стаття		Жіноча стаття	
	Кількість	Відсоток	Кількість	Відсоток
40-99 балів	3	75%	21	81%
100-159 балів	1	25%	5	19%
160-200 балів	0	0%	0	0%

Опитувальник ставлення до Інтернету (А. Жичкіної)

Дана методика надає змогу дослідити схильність до Інтернет-залежності респондентів. Було визначено, що серед 30 опитуваних, 3 особи (10%) не схильні до цього виду залежності, 27 осіб (90%) – схильні, залежних виявлено не було (Рис. 2.10). Не схильним до залежності людям зазвичай притаманні стійкість, витривалість, самодисципліна, вони вміють розподіляти свій час на проведення його в мережі. Ті, що схильні до Інтернет залежності можуть піддаватися впливу соціуму, наслідувати поведінку інших, мають низький рівень саморегуляції по відношенню до проведення часу в гаджеті.



Рисунок 2.10 – Шкала “Інтернет-залежності”

Таблиця 2.10 – Результати за шкалою “Інтернет-залежності”

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Не схильні	3	10%
Схильні	27	90%
Залежні	0	0%

Інтерпретація за гендерними характеристиками показує, що серед чоловічої статі (всіх учасників дослідження чоловічої статі 4) не схильними до Інтернет залежності є 3 особи (75%) та схильними до прояву залежності – 1 особа (Рис. 2.11).



Рисунок 2.11 – Результати опитаних чоловічої статі

Серед жіночої статі (всіх 26) було виявлено, що 26 осіб (100%) схильні до залежності, не схильних та залежних виявлено не було. Можна стверджувати, що досліджувані чоловічої статі мають вищий рівень саморегуляції та самоконтролю, порівняно з жіночою, вони здатні раціонально розподіляти свій час та діяльність (Рис. 2.12).



Рисунок 2.12 – Результати опитаних жіночої статі

Таблиця 2.11 – Результати за гендерними характеристиками

Результат	Чоловіча стать		Жіноча стать	
Не схильні	3	75%	0	0%
Схильні	1	25%	26	100%
Залежні	0	0%	0	0%

Шкала самооцінки

Даний опитувальник надає змогу визначити рівень самооцінки досліджуваних – високий, середній або низький. Суму балів від 0 до 43 набрало 6 осіб (20%) – високий рівень самооцінки. Такі люди сміливо поводять себе в соціумі, вміють відстоювати свою точку зору, у них відсутні комплекси недосконалості. У більшості випадків такі особи не вагаються у власних силах та діях, адекватно сприймають критику з боку інших, діють згідно своїх принципів та вимог.

Суму від 43 до 86 балів набрали 23 людини (77%). Цей результат свідчить про середній рівень самооцінки. Інколи такі особи намагаються адаптуватися

до думок оточуючих, мало коли мають комплекси власних недоліків. Вони можуть діяти, як за допомогою думки інших, так і з власних міркувань.

Від 86 до 128 балів отримала лише одна особа (3%), що свідчить її низький рівень самооцінки. Такій людині важко сприймати критичні докори, вона часто вагається у своїх сил, діє не рішучо, в основному намагається постійно діяти згідно думки інших, може мати багато комплексів, притаманна замкнутість, нерішучість, бояться помилкових дій (Рис. 2.13).



Рисунок 2.13 – Загальні результати

Таблиця 2.12 – Загальні результати

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Високий	6	20%
Середній	23	77%
Низький	1	3%

Аналіз результатів згідно гендерних характеристик показує, що серед чотирьох осіб чоловічої статі досліджуваних – 2 людини (50%) мають високий рівень самооцінки, та 2 людини (50%) мають середній рівень самооцінки. Низького рівня самооцінки серед цих респондентів не виявлено (Рис. 2.14).



Рисунок 2.14 – Результати опитаних чоловічої статі

Серед жіночої статі респондентів (всіх 26 осіб) було виявлено три рівні самооцінки: високий – 4 людини (15%), середній – 21 осіб (81%), та низький – 1 людина (4%) (Рис. 2.15).



Рисунок 2.15 – Результати опитаних жіночої статі

Таблиця 2.13 – Результати за гендерними характеристиками

Результат	Чоловіча стать		Жіноча стать	
	Відсоток	Кількість	Кількість	Відсоток
Високий	50%	2	4	15%
Середній	50%	2	21	81%
Низький	0%	0	1	4%

Існує тісний взаємозв'язок самооцінки особистості і її спілкуванням з оточуючими. Адже саме взаємодія може впливати на рівень самооцінки, у якомусь випадку він може дещо покращуватися, у якомусь значно погіршуватися. Явище фабінгу може виникати у випадку, коли особистість мала негативний досвід реального спілкування, який негативно спочатку відображається на емоційній сфері, а згодом на самооцінці. Саме тому, особистість може звертатися до мережі з орієнтацією на те, що там її зможуть краще зрозуміти, підтримати, допомогти, а згодом це стає звичкою, при якій їй комфортніше спілкуватися з онлайн-друзями, чи знайомими, а не реальне спілкування. За допомогою цієї методики ми визначили, що студентська група, що приймала участь у дослідженні мають середній рівень самооцінки. З однієї сторони середній рівень самооцінки свідчить про те, що людина цінує себе, але усвідомлює свої слабкі сторони, має деякі комплекси, у деяких випадках може вдаватися до самокритики. Особистості з середнім рівнем самооцінки більш схильні до фабінгової поведінки, аніж люди, що мають високу самооцінку.

Методика “Когнітивна орієнтація (Локус Контролю)” Дж. Роттера

Даний тест орієнтований на визначення спрямування учасників дослідження на зовнішні – екстернали, або внутрішні – інтерналі, направленості. Нами було виявлено, екстернального типу направленості 9 осіб (30%), це люди, що схильні до думки про те, що все, що відбувається у їхньому житті залежить не від них самих, а від інших факторів (оточуючого середовища, вдачі, вищих сил, життєвих ситуацій тощо). Вони часто не відчують контролю за своє життя, вважають, що не можуть на нього впливати. Такі люди не сприймають власної відповідальності за все, що відбувається, постійно шукають причину.

Інтернального типу спрямованості виявлено 21 особу (70%). Такі люди схильні вважати, що всі події залежать, в першу чергу, від них, що саме вони повинні і мають вплив на ситуації власного життя, управляти ними і нести власну відповідальність за свої вчинки та дії (Рис. 2.16).



Рисунок 2.16 – Загальні результати

Таблиця 2.14 – Загальні результати

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Інтернальність	21	70%
Екстернальність	9	30%

Якщо розподілити результати за даною методикою за гендерними характеристиками, то можна прослідкувати, що чоловічої статі (всіх 4 людини) – екстернального типу спрямованості 4 особи (100%). Тобто всі представники чоловічої статі досліджуваних екстернали. Інтерналів виявлено не було (Рис. 2.17).



Рисунок 2.17 – Результати опитаних чоловічої статі

Результати за жіночою статтю (всіх 26 людей) показали, що 9 осіб (35%) екстернального типу, а 17 осіб (65%) – інтернального (Рис. 2.18).



Рисунок 2.18 – Результати опитаних жіночої статі

Таблиця 2.15 – Результати за гендерними характеристиками

Результат	Чоловіча стать		Жіноча стать	
	Число	Відсоток	Число	Відсоток
Інтернальність	4	100%	17	65%
Екстернальність	0	0%	9	35%

До фабінгової поведінки можуть бути схильні, як особистості з інтернальним типом, так і з інтернальним, все залежить лише від особистості, та від її ставлення до спілкування. Інколи інтерналам комфортніше відходити до онлайн-спілкування, шукати своє коло спілкування у мережі, інколи екстерналам. Але важливо зазначити, що саме інтернали беруть на себе відповідальність за те, що з ними відбувається, тобто, якщо вони знають, що їм притаманні характеристики фабера, вони не будуть нікого звинувачувати у тому, а конкретно будуть знаходити причини в собі. Екстернали ж, будуть звинувачувати оточуюче середовище, події, чи явища свого життя.

Результати дослідження за авторським опитувальником

Аналіз результатів за розробленою нами методикою доцільно проводити за кожним питанням окремо, тоді можна зробити загальні висновки за результатами.

Перше запитання полягало у визначенні відношення респондентів до того, що їх друг (подруга), чи партнер (партнерка) постійно тримає телефон. Відповіді респондентів показали, що 11 осіб (37%) відносяться до цієї ситуації

нейтрально. Тобто вони не почувають нічого, можуть, навіть, не звертати увагу, не помічати, що так відбувається. 6 осіб (20%) відносять негативно. Для них є неприємною ситуація, коли їх співрозмовник, або близька людина тримає телефон в руках під час спілкування. 12 осіб (40%) відносяться спокійно, для них ця ситуація не впливає, вони з розумінням ставляться до свого співрозмовника. 1 людина (3%) відносяться позитивно. Це свідчить про те, що вони сприймають таку ситуацію за нормальне явище, що жодним чином не впливає на процес комунікації (Рис. 2.19).



Рисунок 2.19 – Результати за питанням №1

Таблиця 2.16 – Результати за відповідями на питання №1

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Негативно	11	37%
Нейтрально	6	20%
Спокоїно	12	40%
Позитивно	1	3%

Друге питання було зорієнтоване на визначення частоти взяття до рук телефону саме респондентами. Було визначено, що 1 людина (3%) рідко бере до рук телефон, інколи 6 осіб (20%), а от часто 23 особи (77%) (Рис. 2.20).



Рисунок 2.20 – Результати за питанням №2

Таблиця 2.17 – результати за відповідями питання №2

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Рідко	1	3%
Інколи	6	20%
Постійно	23	77%

Третє питання допомагає визначити, як впливає на респондентів випадок, коли їх співрозмовник постійно звертає свою увагу на сповіщення (повідомлення). Було визначено, що нейтрально впливає на 18 осіб (60%), а от 12 осіб (40%) зазначили, що це впливає на них негативно (Рис. 2.21).



Рисунок 2.21 – Результати за питанням №3

Таблиця 2.18 – Результати за відповідями питання №3

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Нейтрально	18	60%
Негативно	12	40%

Четверте питання полягало у визначенні того, чи одразу досліджувані відповідають на всі спливаючі повідомлення на смартфоні. 2 осіб (7%) відповіли “так”, 11 осіб (36%) відповіли “ні”, а 17 осіб (57%) відповіли, що вони інколи одразу відповідають (Рис. 2.22).



Рисунок 2.22 – Результати за питанням №4

Таблиця 2.19 – Результати за відповідями питання №4

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Так	2	7%
Ні	11	36%
Інколи	17	57%

П’яте запитання допомогло визначити, чи легко досліджуваним залишати свій гаджет на довгий проміжок часу. 19 досліджуваних (63%) відповіли “так”, 11 осіб (37%) відповіли “ні” (Рис. 23).

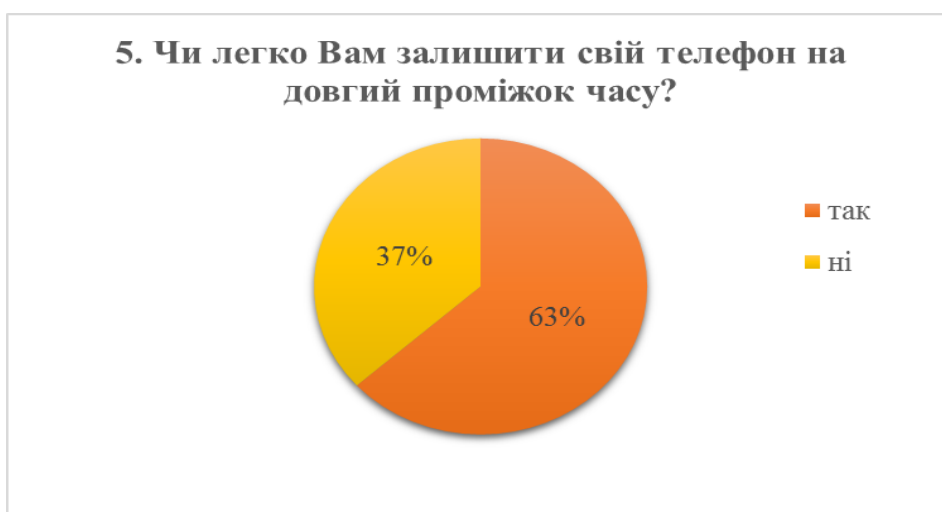


Рисунок 2.23 – Результати за питанням №5

Таблиця 2.20 – Результати за відповідями питання №5

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Так	19	63%
Ні	11	37%

Шосте запитання потребувало розгорнутої відповіді. Воно полягало у визначення того, що відчують досліджувані, коли у них розрядився телефон, а зарядити його немає змоги. Всі відповіді були індивідуальними: паніку; залежно від ситуації та необхідності зв'язку – тривожність різного рівня, або нейтральні емоції; хвилювання; нічого, якщо не потрібно бути на зв'язку; тривогу з приводу того, що коли розрядився телефон і не може зв'язатися з рідними, або хтось буде телефонувати і не зможе зв'язатися; тривогу, розгубленість, нудьгу; не буває такого, щоб не було запасного зарядного; тривогу; занепокоєння; переживання з яким можна впоратися; тривогу; розгубленість; легку паніку; нічого; розгубленість; залежить від ситуації; тривогу; нічого; відчуваю тривогу, тому що будуть переживати рідні, якщо не зможуть зв'язатися; злість, роздратованість, засмученість; тривогу; нічого не відчуваю; занепокоєння; в силу життєвих обставин і в залежності від місця знаходження і знаходження близьких буде відчуття різних емоцій; нічого; тривогу; хвилювання; виключення такої можливості; якщо є відчуття впевненості, що не буде важливих дзвінків – нейтральне відношення; що потрібно його зарядити; потребу його зарядити, щоб бути на зв'язку, проте

ніяких негативних емоцій не викликає. Отже, можна визначити певну тенденцію відповідей: 17 осіб (57%) відчують тривожність і різний спектр негативних емоцій (хвилювання, розгубленість, нудьгу, паніку, злість, засмученість тощо), 5 осіб (17%) не відчують нічого, тобто це ніяк на них не впливає, 4 людини (10%) відповіли, що все залежить від ситуації, 4 особи (13%) будуть шукати можливість зарядити пристрій (Рис. 2.24).



Рисунок 2.24 – Результати за питанням №6

Таблиця 2.21 – Результати за відповідями за питанням №6

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Тривожність	17	57%
Шукати можливість, щоб зарядити пристрій	4	13%

Продовження таблиці 2.21

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Залежить від ситуації	4	13%
Нічого	5	17%

Сьоме запитання полягало у тому, щоб виявити наскільки часто досліджувані перевіряють наявність повідомлень у соцмережах при спілкуванні наживо. Відповідь часто позначили 2 респонденти (7%), інколи – 15 учасників (50%), рідко – 13 (43%) осіб. Можна простежити, що 50% досліджуваних (15

учасників) все-таки перевіряють свої соціальні мережі при реальному спілкуванні з іншими (Рис. 2.25).



Рисунок 2.25 – Результати за питанням №7

Таблиця 2.22 – Результати за відповідями на питанням №7

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Часто	2	7%
Інколи	15	50%
Рідко	13	43%

Восьме запитання полягало у визначенні часу проведеного у гаджеті учасниками дослідження. Варіант відповіді постійно обрали 14 респондентів (47%), час від часу – 16 (53%) досліджуваних, рідко – 0 (0%). Тобто, більша частина респондентів – 53% проводять більшість свого часу у телефоні (Рис. 2.26). Ніхто з респондентів не відмітив відповідь “рідко”.



Рисунок 2.26 – Результати за питанням №8

Таблиця 2.23 – Результати за відповідями питання №8

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Постійно	14	47%
Час від часу	16	53%
Рідко	0	0

Дев'яте запитання визначає важливість знаходження телефону в зоні доступності респондентів. Дуже важливо – 19 (63%) респондентів, нейтрально 11 (37%) досліджуваних, не важливо – 0 (0%) (Рис. 2.27). Тобто, для 63% досліджуваних важливо, щоб смартфон був постійно в полі зору, вони постійно намагаються контролювати його місцезнаходження.

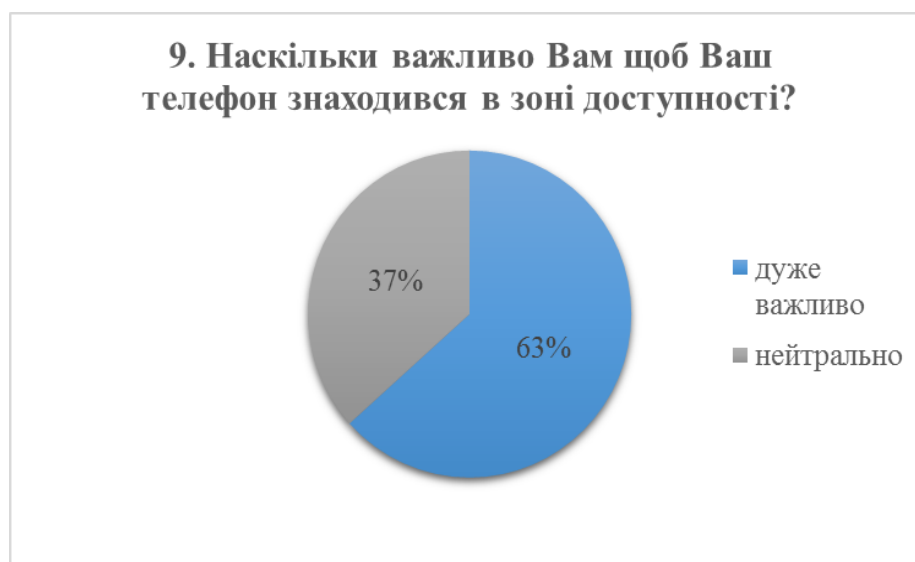


Рисунок 2.27 – Результати за питанням №9

Таблиця 2.24 – Результати за відповідями питання №9

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Дуже важливо	19	63%
Нейтрально	11	37%

Десяте питання орієнтоване на визначення того, чи звертають свою увагу досліджувані на те, скільки часу оточуючі проводять в телефоні. Відповідь “так” обрали 8 (27%) учасників дослідження, “ні” – 17 осіб (56%), “інколи” – 5 (17%) опитаних (Рис. 2.28). Тобто, 57% респондентів не звертають своєї особливої уваги на те, скільки часу їх оточуючі проводять в телефоні.



Рисунок 2.28 – Результати за питанням №10

Таблиця 2.25 – Результати за відповідями питання №10

Результат	Кількісний результат	Відсотковий результат
Так	8	27%
Ні	17	56%
Інколи	5	17%

За отриманими результатами за даною методикою ми визначили, що лише 37% опитаних негативно відносяться до ситуації, коли їх співрозмовник тримає в руках постійно телефон. Це свідчить про те, що для більшості це стає нормою, телефон дійсно став невід’ємною частиною життя людини. Також, нами було визначено, що 77% респондентів постійно беруть до рук гаджет, що знову ж таки, підтверджує попередні слова. Більшість людей не уявляють свого життя без смартфона і Інтернету, це перетворилось у буденність та звичку багатьох, мало хто усвідомлює, які проблеми можуть виникати у наслідку.

Але варто звернути увагу, що 60% опитаних студентів негативно ставляться до того, коли їх співрозмовник постійно звертає увагу на сповіщення (повідомлення). У порівнянні з тим що в першому питанні їх реакція на те, що співрозмовник тримає телефон в руках як просто річ не турбує, а коли учасник розмови переключає свою увагу це викликає роздратування. В той же ж момент 57% досліджуваних зазначили, що інколи вони особисто моментально відповідають на всі спливаючі повідомлення на телефоні, лише 36% зазначили, що не відповідають одразу.

63% опитаних зазначили, що їм легко залишити свій телефон на довгий проміжок часу. А от, коли було поставлене запитання, що вони відчують, коли гаджет розрядився, а зарядити його немає змоги – відповіді були різноманітними, але в загальному 57% респондентів відчують тривожність, або інші негативні стани. Тобто на студентів значною мірою впливає ситуація, коли немає змоги зарядити свій пристрій, 13% з них зазначили, що будуть шукати можливість його зарядити. Якщо пов'язувати це з попереднім запитанням, то можна зробити висновок, що студент можуть лишати свій телефон і включатися в розмову, але важливо, щоб вони все одно залишалися на зв'язку. Наступне питання полягало у визначенні частоти перевірки респондентами наявності повідомлень у соціальних мережах при спілкуванні наживо. 50% опитаних – інколи, і лише 7% часто. Це може залежати від ситуації та подій в житті.

47% опитаних більшість свого часу проводять в телефоні, 53% час від часу. Тобто простежується схильність до залежності від гаджету. Для 63% досліджуваних важливо, щоб телефон знаходився в зоні доступності.

Останнє запитання опитувальника полягало у визначенні того, чи звертають свою увагу досліджувані на те, скільки часу проводять їх оточуючі в телефоні. 56% опитаних не звертають своєї уваги, тобто вони більше сконцентровані на розмові.

Отже, в загальному ми можемо стверджувати, що простежується схильність до залежності від гаджетів у опитаних, але конкретно залежністю назвати це неможливо. На це впливає безліч факторів, серед яких і ситуація в країні, тому досліджуваним так важливо залишатися на зв'язку 24/7.

2.3 Практичні рекомендації щодо протидії, або зменшення прояву фобінгу серед студентської молоді

1. Проведення профілактичних заходів, що інформування молоді про наявність такої проблеми, причини її виникнення, чинники, що провокують почву та наслідки її впливу на суспільство.

2. Проведення тренінгових занять з розвитку комунікативних здібностей. Задля того, щоб студенти мали змогу більше спілкуватися наживо, усвідомили цінність живого спілкування.

3. Проведення тренінгових програм щодо розвитку навичок самоконтролю та саморегуляції, зменшення тривожності та стресу, формування адекватного рівня самооцінки, життєво важливих цінностей. Це необхідно задля усвідомлення молоддю цінності себе та своїх близьких, свого психічного стану, життєвих пріоритетів тощо.

4. Надання молоді рекомендацій, щоб зменшити їх звичку постійно тримати гаджет у полі зору та постійного контролю повідомлень на ньому. До прикладу: під час спілкування з рідними або друзями вимикати звук і відкладати телефон подалі; прибирати з екрану телефону зайві програми (існують спеціальні програми, що блокують сайти на деякий час); вимикати точку доступу під час зустрічі з друзями, або рідними; під час виходу в магазин залишати телефон вдома; за декілька годин до сну вимикати телефон; організовувати зустрічі з друзями в місцях, де поганий мобільний зв'язок та немає доступу до мережі; у громадському транспорті не діставати телефон з кишені, без нагальної на то причини тощо. Цей невеликий перелік рекомендацій дає можливість зменшити використання телефону, сформувати навички самоконтролю та самодисципліни.

5. У навчальному процесі: можна обмежити молодь, щоб під час занять вони лишали свої гаджети в одному місці, а лише після закінчення заняття мали змогу забрати його; не дозволяти студентам використовувати

гаджет під час виконання певних завдань, більше спрямовувати їх на роботу у парах, або групах.

Висновки до розділу

У другому розділі нашої роботи було висвітлено результати проведеного дослідження, до якого було залучено 30 студентів спеціальності “Психологія”. Ключовою метою дослідження було аналіз особистісних чинників прояву фабінгу серед студентської молоді. Ми досліджували такі чинники: емоційний інтелект, Інтернет-залежність, ставлення до мережі Інтернет, самооцінку, когнітивну орієнтацію (Локус Контролю).

Для дослідження вищезгаданих факторів ми застосували такі діагностичні методики: діагностика “Емоційного інтелекту” (Н. Холд); тест на Інтернет-залежність (К. Янг); опитувальник ставлення до Інтернету (А. Жичкіної); методика “Шкала самооцінки”; методика “Когнітивна орієнтація (Локус Контролю)” (Дж. Роттер), а також, нами був розроблений авторський опитувальник, питання якого були спрямовані на визначення схильності опитаних до звички нав’язливого використання смартфона та їх ставлення до оточуючих, кому притаманна така звичка. При дослідженні емоційного інтелекту ми виявили, що більша частина опитаних студентів має низький рівень загального емоційного інтелекту.

У дослідженні Інтернет-залежності ми виявили, що переважна більшість є звичайними користувачами всесвітньої мережі. Це свідчить про те, що вони достатньо багато часу проводять Інтернеті, але це ще не переросло в залежність, у деяких випадках вони можуть з легкістю відмовитися від телефону, але є випадки коли їм складно не перевіряти наявність повідомлень у соціальних мережах, не шукати потрібної інформації в Інтернеті тощо. Але вони вже є схильними до Інтернет-залежності. При опитуванні ставлення респондентів до Інтернету ми з’ясували, що лише незначний відсоток осіб не

схильні до Інтернет-залежності, а більшість – схильні, але варто відмітити, що саме залежних осіб виявлено не було.

Дослідження рівнів самооцінки опитаних студентів ми виявили, що у більшості студентів середній рівень самооцінки. Це свідчить про те, що такі люди більш схильні до наслідування поведінки, вони у більшості ситуацій не проявлять власної ініціативи, схильні до самоаналізу. У випадку фабінгу, особистості з таким рівнем самооцінки схильні шукати підтримки більше в онлайн-середовищі, їм комфортніше там висловлювати свої почуття та емоції, шукати підтримки та допомоги. Тобто, їм легше, коли вони не бачать співрозмовника наживо, при онлайн спілкуванні можуть себе поводити більш вільно та розкуто.

За результатами дослідження когнітивної орієнтації (Локусу контролю), нами було з'ясовано, що переважна більшість схильні до інтернального типу спрямованості. Такі люди, при наявності Інтернет-залежності усвідомлюють власну відповідальність, вони впевнені, що нічого, окрім них самих не впливає на їх життя.

Результати дослідження за авторським опитувальником показали, що у респондентів простежується певна тенденція схильності до залежності від гаджетів та від мережі Інтернет. А у соціальному середовищі вони рідко звертають свою увагу на те, скільки часу проводять інші в гаджетів, сприймаючи це як норму.

На основі результатів проведеного дослідження нами були розроблені практичні рекомендації щодо протидії, або зменшення прояву фабінгу серед студентської молоді. Застосування даних рекомендацій у буденному житті, чи навчальній діяльності допоможе захистити студентську молодь від пагубної залежності.

ВИСНОВКИ

У дослідженні було здійснено теоретичний аналіз наукової літератури з проблеми прояву фабінгу серед студентської молоді. Нами було з'ясовано, що фабінг – явище постійного використання телефону під час безпосередньої комунікації. Це проявляється частою перевіркою повідомлень, переглядом соціальних мереж, грою в ігри тощо. Людина, яка схильна до фабінгової поведінки – фабер. У процесі розмови фабери нехтують увагою свого співрозмовника, неуважні до розмови, вони можуть не слухати, що говорить інша людина, постійно відволікатися на смартфон. Їм притаманні труднощі концентрації на предметі розмови, вони можуть збиватися з думки, або ж взагалі втрачати суть розмови. Фабери негайно реагують на звук повідомлення, або сповіщення на телефоні, часто відволікаються від розмови, щоб перевірити повідомлення, що надійшло.

Нами було з'ясовано, що фабінг може мати серйозні наслідки для фабера, включаючи: депресивні стани, підвищена тривожність, апатія, погіршення міжособистісних відносин, зниження обізнаності особистості у комунікативній сфері, прояви важкості у прийнятті рішень, зміни у сприйнятті особистої гідності у процесі комунікації, зниження самооцінки та відчутті впевненості в собі, погіршується здатність усвідомлення власних почуттів та емоцій, зниження емпатії та довіри, виникнення міжособистісних конфліктів, почуття загальної незадоволеності спілкуванням та взаємодією у реальності.

Для дослідження прояву фабінгу серед студентської молоді нами було відібрано ряд діагностичних методик: діагностика “Емоційного інтелекту” (Н. Холд); тест на Інтернет-залежність (К. Янг); опитувальник ставлення до Інтернету (А. Жичкіної); методика “Шкала самооцінки”; методика “Когнітивна орієнтація (Локус Контролю)” (Дж. Роттер) та авторський опитувальник.

На основі отриманих результатів ми з'ясували, що досліджувана студентська молодь схильна Інтернет-залежності, у тому числі фабінгу, але саме залежних осіб виявлено не було. Діагностичний інструментарій надав нам

змогу визначити, що опитані мають низький рівень емоційного інтелекту. Цей показник може виступати одним із факторів, що сприяють фабінгу. Особистості, що мають низький рівень емоційного інтелекту можуть мати труднощі з розумінням емоцій інших людей, а також із регулюванням власних емоцій. Це може призвести до того, що вони не будуть усвідомлювати, як їхня поведінка може вплинути на оточуючих, і як поведінка оточуючих впливає на них.

Також, нами було виявлено, що значний відсоток студентів схильні до інтернального типу когнітивної орієнтації. При фабінгу інтернали схильні до внутрішніх переживань, таких як: сором, біль, зрада, самокритика, тривожність. Такі негативні емоційні стани значною мірою негативно відображаються на міжособистісній взаємодії з оточуючими у реальному житті, на самооцінці, на самосприйнятті.

Розроблений нами авторський опитувальник дав змогу визначити відношення студентської молоді до того, що їх оточуючі часто миттєво реагують на звук повідомлення, або сповіщенні на гаджеті. Ми виявили, що молодь майже не звертає на це уваги у процесі спілкування, вони сприймають це за норму, незалежно від ситуації.

Результатом нашого емпіричного дослідження є розроблені практичні рекомендації щодо протидії, або зменшення прояву фабінгу серед студентської молоді. Вони були побудові таким чином, щоб можна було застосовувати їх у буденному житті саме людям, що схильні до фабінгової поведінки, а також викладачам закладів освіти, щодо профілактики явища. Отже, мета та завдання нашого дослідження досягнуті.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Рукштель Ю. Психологічні особливості фабінгу в підлітковому та юнацькому віці. історичний аналіз дефініцій. *Габітус. психологія особистості*. 2022. № 36. С. 208.
2. Завалій Т. О. Соціальна маркетингова кампанія “stop phubbing”: український контекст. *Колективна монографія. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри*. Івано-Франківськ, 2023. С. 701–704.
3. Максименко С. Д. Психологічна профілактика кіберзалежності в учнівської молоді. *Психологічні технології взаємодії суб'єктів освітнього простору*. Київ, 2020. С. 38–39.
4. Назаренко Ю. Фабінг у школі: вплив мобільного телефону на освітній процес. *Актуальні питання літератури і фольклору. Збірник наукових праць студентів*. 2021. С. 3–6.
5. Дидів М.-В. В. Психологічні передумови формування фабінгу у студентської молоді. *Психологічна допомога: від кризи до ресурсу* : Матеріали ІV всеукр. науково-практ. форуму з нагоди всеукр. дня психолога, м. Суми, 19–25 квіт. 2021 р. Суми, 2021. С. 35–36.
6. Штонь І. Кіберзалежність – хвороба епохи інформаційних технологій. <https://ns-plus.com.ua/2017/03/29/kiber-zalezhnist-hvoroba-epohy-infor/>.
7. Вітюк Н. Фабінг в міжособистісній взаємодії молоді: нова соціальна норма чи загроза стосункам?. *Психологія: реальність і перспективи*. 2022. № 18. С. 48–50.
8. Петрунько О., Телешун К. Інтернет-залежність дорослих користувачів та можливості її профілактики. *Вчені записки Університету “КРОК”*. 2022. № 4 (68). С. 91–98.
9. Козубенко Г. Що таке фабінг?. <https://kozubenko.net/phubbing-wiki/>.

10. Чигрин А. Коли гаджет цікавіший за життя. Що таке фабінг і чому він став епідемією нашого часу?. <https://bit.ua/2021/12/koly-gadzhet-tsikavishyuj-zh-zhyttya-shho-take-fabing-i-chomu-vin-stav-epidemiyeu-nashogo-chasu/>.
11. Козловець М. А. Глобалізація комунікаційного простору і проблеми національної ідентифікації. *Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації*. Житомир, 2009. С. 182.
12. Половинкіна А. О., Солнцев С. О. Модель діджиталізації панельних досліджень. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2020. № 14.
13. Кот Н. *Психологічний аналіз прояву фабінгу сучасної молоді*. Львів, 2022. С. 22–30.
14. Руденок, А., Вольська, В. (2023). Проблема явища фабінгу у сучасному суспільстві. *Psychology travelogs*, (2), 132–139.
15. Рукштель Ю. В. Фабінг як чинник адиктивної поведінки осіб підліткового та юнацького віку. *Сучасні наукові дослідження: досягнення, інновації та перспективи розвитку*: Матеріали ІХ міжнар. науково-практ. конф., м. Берлін, 20–22 лют. 2022 р. 2022. С. 285–288.
16. Шебанова В. І. Вплив телевізійного контенту на емоційну сферу студентської молоді. *Медіаторчість в сучасних реаліях: протистояння медіатравмі*. 202. С. 56–57.
17. Савчук Б. Телефон цікавіший за реальне життя? До чого тут фабінг і як з ним боротись. <https://vikna.tv/dlia-tebe/fabing-shho-oznachaye-ta-do-chogo-tut-zalezhnist-vid-telefonu/>.
18. Малєєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Психологія*. 2015. № 3. С. 62–67.
19. Єхалова Л. В. Фабінг як об'єкт дослідження. *Громадська організація “Південна фундація педагогіки”*: Зб. наук. робіт учасників міжнар. науково-практ. конф., м. Одеса, 13–14 серп. 2021 р. Львів, 2021. С. 10.

20. Потаєва К. С. Психологічні особливості самоактуалізації осіб юнацького віку з інтернет-залежною поведінкою: Магістерська робота. Вінниця, 2021. 120 с.

21. Костюк І. Одночасно скролю соцмережі й розмовляю з другом: що таке фабінг і чому він небезпечний.

<https://www.village.com.ua/village/business/business-ethics/310101-fabing>.

22. Чорноморець А. Що таке фабінг і чому це саме про тебе?. <http://fj.onu.edu.ua/shcho-take-fabinh-i-chomu-tse-same-pro-tebe/>.

23. Шатирко Л. О., Гурова О. В. Психологічна профілактика фабінгу як одного з проявів кіберзалежності в інформальному освітньому просторі. *Ціннісна взаємодія обдарованої особистості в освітньому просторі* : Тези доп. VIII науково-практ. семінару, м. Київ, 24 жовт. 2019 р. Київ, 2019. С. 120–121.

24. Ганган Ю. С. Дослідження зв'язку соціально-психологічної адаптації та фабінгу серед підлітків. *Інновації та перспективи у сучасній науці* : Матеріали VII міжнар. науково-практ. конф., м. Стокгольм, 3–5 лип. 2023 р. Одеса, 2023. С. 109–115.

25. Асєєва Ю. О. Проблемні питання класифікації кіберадикцій. *Психологія і особистість*. 2020. № 2. С. 23–36.

26. Кротенко В. І., Міщенко О. Є. Трансформація поняття інтернет-залежності як форми адиктивної поведінки в контексті діджиталізації сучасного суспільства. *Науковий часопис. Спеціальна психологія*. 2022. № 43. С. 105–11.

27. Житеньова Н. В. Технології візуалізації в сучасних освітніх трендах. *Збірник наукових праць. Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. 2016. С. 147–154.

28. Савелюк Н. Переживання стресу в умовах війни: досвід українського студентства. *Психологія: реальність і перспективи*. 2022. № 18. С. 141–149.

29. Кривенко А. В. Вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя студентів - психологів : Кваліфікаційна робота бакалавра. Миколаїв, 2022. 72 с.

30. Поліщук О. М. Проблеми фаббінгу в епоху відволікання. *Виміри особистісних трансформацій* : Матеріали IV Всеукр. науково-практ. семінару, м. Ніжин – Київ – Чернівці, 6 жовт. 2021 р. 2021. С. 54–56.

31. Кравченко О., Бобриньова С. Нова соціальна та освітня реальність в умовах ізоляції. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та молоді*. 2021. № 25. С. 174–187.

32. Фучко О. Л. Дослідження психоемоційних станів педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти в період пандемії та війни. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2023. № 4. С. 221–224.

33. Батраченко І., Сурякова М., Учитель І. Соціальна тривожність у міжособистісній взаємодії студентів. *Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки*. 2021. № 10. С. 3–7.

34. Пахоль Б. Є. Фактори психологічного благополуччя особистості періоду ранньої дорослості. *Український психологічний журнал*. 2017. № 1. С. 80–82.

35. Юр'єва Л. М., Шорніков А. В. Новий інструмент у діагностиці кіберзалежності. *На допомогу практичному лікарю*. 2021. Т. 29, № 3. С. 57–58.

36. Грушковська О. Віртуальна реальність у контексті сучасного соціуму. *Соціологічні студії*. 2017. № 2. С. 12–14.

37. Гурова О. В. Фабінг: психологічні причини та наслідки. *Медіаторчість в сучасних українських реаліях: протистояння медіатравмі*: Всеукр. науково-практ. інтернет-конф. “Медіаторчість в сучас. укр. реаліях: протистояння медіатравмі”, м. Київ, 25 черв. 2019 р. Київ, 2019.

38. Камінська О. В. Авторська класифікація інтернет-залежності за критерієм провідного мотиву використання мережі. *Молодий вчений*. 2015. № 2. С. 210–212.

39. Камінська О., Стежко Ю. Психолінгвістика віртуальної комунікації в контексті залежності від соціальних мереж. *Психолінгвістика віртуального спілкування в контексті залежності в соціальних мережах*. 2019. № 25. С. 149–152.

40. Малєєва Н. С. Комуникативна поведінка залежних від соціальних мереж користувачів. *Педагогічний П 75 роцес: теорія і Практика*. 2016. № 1. С. 75–77.

41. Алексєєнко Т. Ф. Виклики цифрової соціалізації школярів покоління Z у контексті трансформаційних змін в освіті. *Теорія і практика використання інформаційних технологій в умовах цифрової трансформації освіти* : Матеріали Всеукр. науково-практ. конф., м. Київ, 29 черв. 2023 р. Київ, 2023. С. 9–10.

42. Спащенко Г. М. Новітні способи формування комуникативних навичок студентів. *Стратегія управління знаннями і людський розвиток в Україні: міжрегіональний семінар-диспут*. 2013. № 2. С. 319–320.

43. Шевченко Ю. Месенджери Telegram та Signal стрімко набирають популярність в Україні. <https://itsider.com.ua/mesendzhery-telegram-ta-signal-strimko-nabyrayut-populyarnist-v-ukrayini/>.

44. Тетерятник Б. С. Діджитизація та діджиталізація в контексті віртуалізації господарської діяльності. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2020. № 14. С. 180–183.

45. Кузьмич С. Соцмережі: переваги та недоліки. <https://ij.ogo.ua/yazhurnalist/sotsmerezhi-perevagi-ta-nedoliki/>.

46. Терещенко А. С. Комп'ютерна залежність молоді: соціологічні аспекти дослідження. *Актуальні проблеми безпеки життєдіяльності*. 2021. С. 233–234.

47. Ганган Ю. С. Вплив інтернет-адикції на особистість підлітка. *Прогресивні дослідження у сучасному світі*, м. Бостон, 22–24 черв. 2022 р. Одеса, 2022. С. 289–294.

48. Ryff C. The Structure of Psychological Well-Being Revisited. C. Ryff, C. L. M. Keyes. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995. Vol. 69. № 4. P. 719-727.

49. Young Kimberly. Cristiano Nabuco de Abreu Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment. John Wiley and Sons. 2010. P. 226.

50. Ржеуський А. В., Кунанець Н. Е. Соціальні мережі як компонента віртуальної комунікації. *Держава та регіони*. 2013. № 3-4. С. 184–188.

51. Піддубний О. Об'єктивний світ медіа. <https://www.piddubny.com/objektyvnyj-svit-media/>.

52. Шубіна Г. Синдром втрачених можливостей: що це таке і як позбутися?. <https://hubz.ua/zdorove-zhyttya/psychologiya/syndrom-vtrachenyh-mozhlyvostej-shho-tse-take-i-yak/>.

53. Уманець Н. А. Онлайн-комунікація: комунікативні можливості та ризики для особистості. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2021. № 2. С. 200–207.

54. Оленев О. А. Образ цифрової сучасності та його критика: випадок соціальних мереж. *Наукові записки. Теорія і практика*. 2014. Т. 153. С. 73–74.

55. Бойчук О. І. Взаємозв'язок комп'ютерної залежності та соціального виключення в процесі соціалізації молоді. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2020. Т. 3, № 1. С. 69–74.

56. Сіроха Л. В. Комп'ютерна залежність як вид адиктивної поведінки. *Теорія і практика сучасної психології*. 2018. № 3. С. 76–79.

57. Діагностика “емоційного інтелекту” (Н. Холл). <https://www.pdau.edu.ua/content/diagnostyka-emociynogo-intelektu-n-holl>.

58. Кравченко Д. В. *Психологічна допомога: від кризи до ресурсу*: Матеріали IV Всеукр. науково-практ. форуму з нагоди Всеукр. дня психолога, м. Суми, 19–25 квіт. 2021 р. Суми, 2021. С. 74.

59. Чмихало О. О. Особливості розвитку емоційного інтелекту у юнаків в залежності від стилю батьківської поведінки: Курсова робота з загальної психології. Київ, 2023. 39 с.

60. Асєєва А. О. Кіберкомунікативна залежність від соціальної мережі instagram як проблема сучасної молоді. *Габітус*. 2020. № 14. С. 152–153.

61. Коць М. О., Онопченко І. В. Психологічні особливості прояву інтернет-адикцій у студентському середовищі. *Збірник наукових праць РДГУ*. 2016. № 7. С. 103–105.

62. Срільчук О. В. Соціально-психологічні механізми формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю : Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Київ, 2020. 220 с.

63. Ігнатова О. О. Методика “Шкала самооцінки” (підлітковий, юнацький вік). <https://vseosvita.ua/library/metodika-skala-samoocinki-pidlitkovij-unackij-vik-372931.html>.

64. Коваленко В. В. Характер зв'язку локусу контролю з вибором копінг-стратегії особистістю в період ранньої зрілості. *Психологія: проблеми практичного застосування* : Матеріали міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 24–25 жовт. 2014 р. Дніпро, 2014. С. 43–44.

65. Бабатіна С. І. Особливості побудови та змісту життєвої стратегії особистості юнацького віку. *Теоретичні і прикладні проблеми психології: Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2015. № 1. С. 7

ДОДАТКИ
ДОДАТОК А

ДІАГНОСТИКА “ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ” (Н. ХОЛЛ)

Стать _____ Вік _____

Інструкція. Нижче наведені висловлювання, які так чи інакше відображають різні сторони життя. Праворуч від кожного твердження напишіть цифру, виходячи з вашої ступеня згоди з ним: повністю не згоден (-3 бали); в основному не згоден (-2 бали); почасти не згоден (-1 бал); частково згоден (+1 бал); в основному згоден (+2 бали); повністю згоден (+3 бали).

Тестовий матеріал

1. Для мене як негативні, так і позитивні емоції служать джерелом знання про те, як чинити в житті.
2. Негативні емоції допомагають мені зрозуміти, що я повинен змінити у своєму житті.
3. Я спокійний, коли відчуваю тиск з боку.
4. Я здатний спостерігати зміну своїх почуттів.
5. Коли необхідно, я можу бути спокійним і зосередженим, щоб діяти відповідно до запитів життя.
6. Коли необхідно, я можу викликати у себе широкий спектр позитивних емоцій, таких як веселощі, радість, внутрішній підйом і гумор.
7. Я стежу за тим, як я себе почуваю.
8. Після того як щось засмутило мене, я можу легко впоратися зі своїми почуттями.
9. Я здатний вислуховувати проблеми інших людей.
10. Я не зациклююсь на негативних емоціях.
11. Я чутливий до емоційних потреб інших.
12. Я можу діяти на інших людей заспокійливо.
13. Я можу змусити себе знову і знову встати перед обличчям перешкоди.
14. Я намагаюся підходити до життєвих проблем творчо.
15. Я адекватно реауюю на настрої, спонукання і бажання інших людей.

Продовження додатку А

16. Я можу легко входити в стан спокою, готовності і зосередженості.
17. Коли дозволяє час, я звертаюся до своїх негативним почуттям і розбираюся, в чому проблема.
18. Я здатний швидко заспокоїтися після несподіваного засмучення.
19. Знання моїх справжніх почуттів важливо для підтримки “хорошої форми”.
20. Я добре розумію емоції інших людей, навіть якщо вони не виражені відкрито.
21. Я можу добре розпізнавати емоції за виразом обличчя.
22. Я можу легко відкинути негативні почуття, коли необхідно діяти.
23. Я добре вловлюю знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують.
24. Люди вважають мене добрим знавцем переживань інших.
25. Люди, які усвідомлюють свої справжні почуття, краще управляють своїм життям.
26. Я здатний поліпшити настрій інших людей.
27. Зі мною можна порадитися з питань відносин між людьми.
28. Я добре налаштовуюся на емоції інших людей.
29. Я допомагаю іншим використовувати їх спонукання для досягнення особистих цілей.
30. Я можу легко відключитися від переживання неприємностей.

ДОДАТОК Б

ТЕСТ НА ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНІСТЬ (К. ЯНГ)

Стать _____

Вік _____

Інструкція. Для визначення ступеня залежності від інтернету, потрібно відповісти на ряд запитань, вибираючи один із запропонованих варіантів відповіді.

Тестовий матеріал

1. Помічаєте, що проводите в онлайні більше часу, ніж мали намір?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
2. Нехтуєте домашніми справами, щоб довше побродити в мережі?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
3. Віддаєте перевагу перебування в мережі, ніж інтимному спілкуванню з партнером?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
4. Заводьте знайомства з користувачами інтернету, перебуваючи в онлайні?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
5. Дратуєтесь через те, що оточуючі цікавляться кількістю часу, яке ви проводите в мережі?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
6. Зазначаєте, що перестали робити успіхи у навчанні чи роботі, оскільки надто багато часу проводите в мережі?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
7. Перевіряєте електронну пошту раніше, ніж зробите щось інше, більш необхідне?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
8. Зазначаєте, що знижується продуктивність праці через захоплення інтернетом?
а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
9. Займаєте оборонну позицію, коли вас запитують, чим ви займаєтесь в мережі?

Продовження додатку Б

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

10. Блокуєте турбуючі думки про ваше реальне життя думками про інтернет?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

11. З нетерпінням чекаєте на черговий вихід в Інтернет?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

12. Відчуваєте, що життя без інтернету нудне, порожнє і безрадісне?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

13. Лаєтесь, кричите або іншим чином висловлюєте свою досаду, коли хтось намагається відвернути вас від перебування в мережі?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

14. Нехтуєте сном, засиджуючись в інтернеті допізна?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

15. Думаєте, чим займетеся в інтернеті, перебуваючи в офлайн?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

16. Кажете собі: “Ще хвилинку”, сидячи в мережі?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

17. Зазнайте поразки у спробах скоротити час, що проводиться в онлайн?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

18. Намагаєтесь приховати кількість часу, яке ви проводите в мережі?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

19. Замість того, щоб вибратися кудись із друзями, вибираєте інтернет?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

20. Відчуваєте депресію, пригніченість чи нервозність, будучи поза мережею і відзначаєте, що цей стан проходить, як тільки ви опиняєтесь онлайн?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

21. Чи відчуваєте Ви ейфорію, пожвавлення, збудження, перебуваючи за комп'ютером?

a) ніколи b) рідко c) регулярно d) часто e) постійно

Продовження додатку Б

22. Чи потрібно Вам проводити все більше часу за комп'ютером, щоб отримати ті самі відчуття?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
23. Чи відчуваєте ви порожнечу, депресію, роздратування, перебуваючи не за комп'ютером?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
24. Чи траплялося Вам нехтувати важливими справами, тоді як Ви були зайняті за комп'ютером?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
25. Чи проводите Ви в мережі більше 3-х годин на день?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
26. Якщо Ви в основному використовуєте комп'ютер для роботи, чи спілкуєтеся в робочий час у чатах або заходите на сайти, не пов'язані з роботою, більше 2-х разів на день?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
27. Чи завантажуєте Ви файли з порнографічним змістом?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
28. Чи вважаєте Ви, що з людиною легше спілкуватися онлайн, ніж особисто?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
29. Чи казали Вам друзі або члени сім'ї, що Ви надто багато часу проводите онлайн?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
30. Чи заважає Вашій діловій активності кількість часу, що проводиться в мережі?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
31. Чи бувало таке, що Ваші спроби обмежити час, проведений у мережі, були безуспішними?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно

Продовження додатку Б

32. Чи буває так, що ваші пальці втомлюються від роботи на клавіатурі або від клацання кнопкою миші?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
33. Чи траплялося Вам брехати на питання про кількість часу, що проводиться в мережі?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
34. Чи був у Вас хоч раз “синдром карпального каналу” (оніміння та біль у кисті руки)?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
35. Чи бувають у Вас болі в спині частіше 1-го разу на тиждень?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
36. Чи буває у Вас відчуття сухості в очах?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
37. Чи збільшується час, який Ви проводите в мережі?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
38. Чи траплялося Вам нехтувати їжею або їсти прямо за комп'ютером, щоб залишитися в мережі?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
39. Чи траплялося Вам нехтувати особистою гігієною, наприклад, голінням, причісуванням тощо, щоб провести цей час за комп'ютером?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно
40. Чи з'явилися у Вас порушення сну та/або змінився режим сну з того часу, як Ви почали використовувати комп'ютер щодня?
- а) ніколи б) рідко с) регулярно d) часто е) постійно

ДОДАТОК В

ОПИТУВАЛЬНИК СТАВЛЕННЯ ДО ІНТЕРНЕТУ (А. ЖИЧКІНОЇ)

Стать _____

Вік _____

Інструкція. Виберіть, будь ласка, один з двох варіантів відповідей (А чи Б) той, який найкраще підходить для опису вашої поведінки в Інтернеті і відзначте його галочкою. У цій анкеті немає правильних або неправильних відповідей, нам важливо знати саме Ваша думка.

1. А. Коли мені сумно або самотньо, я зазвичай виходжу в Інтернет.
1. Б. Я не відчуваю необхідності вийти в Інтернет тоді, коли у мене поганий настрій.
2. А. Коли я проводжу в Інтернеті менше часу, ніж зазвичай, я відчуваю себе пригнічено.
2. Б. Моє емоційний стан не залежить від того, скільки часу я проводжу в Інтернеті.
3. А. Я відчуваю, що моє захоплення Інтернетом заважає моє навчання, роботі або відносинам з людьми поза Інтернетом.
3. Б. Використання Інтернету не заважає моїм відносинам з людьми, навчанні або роботі.
4. А. Багато моїх знайомих не знають, скільки часу я насправді проводжу в Інтернеті.
4. Б. Більшість моїх знайомих знає, скільки часу я проводжу в Інтернеті.
5. А. Я часто намагаюся зменшити кількість часу, який я проводжу в Інтернеті.
5. Б. Я не намагаюся зменшити кількість часу, який я проводжу в Інтернеті.
6. А. Коли я не в Інтернеті, я часто думаю про те, що там відбувається.
6. Б. Коли я не в Інтернеті, я рідко думаю про нього.
7. А. Я віддаю перевагу спілкуватися з людьми або шукати інформацію через Інтернет, а не в реальному житті.
7. Б. Я далеко не завжди вдаюся до допомоги Інтернету, коли мені потрібно знайти інформацію або поспілкуватися.

ДОДАТОК Г

МЕТОДИКА “ШКАЛА САМООЦІНКИ”

Стать _____

Вік _____

Інструкція: Уважно прочитайте речення-судження і висловіть у чотирьох-бальній системі своє ставлення до них. При цьому бали повинні означати: “Я думаю про це: “дуже часто”, “часто”, “інколи”, “зрідка”, “ніколи”.

Тестовий матеріал

1. Мені хочеться, щоб мої друзі підбадьорювали мене
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
2. Постійно відчуваю свою відповідальність за роботу
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
3. Я хвилююсь за своє майбутнє
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
4. Багато з моїх знайомих мене ненавидять
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
5. Я меншою мірою ініціативний, ніж інші
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
6. Я переживаю за свій психічний стан
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
7. Я побоююсь видаватися нерозумним
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
8. Зовнішній вигляд інших куди кращий за мій
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
9. Я боюсь виступати з промовою перед незнайомими людьми
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
10. Я часто припускаюсь помилок
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
11. Шкода, що я не вмію говорити належним чином з людьми
А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
12. Шкода, що мені не вистачає впевненості у собі

Продовження додатку Г

- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
13. Мені хотілося б, щоб мої дії схвалювались іншими частіше
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
14. Я надто сором'язливий
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
15. Я проживаю життя марно, моє життя некорисне
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
16. Багато з моїх знайомих невірної думки про мене
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
17. Мені немає з ким поділитися своїми думками
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
18. Люди очікують від мене надто багато
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
19. Оточуючі не особливо цікавляться моїми досягненнями
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
20. Я легко збентежуюся
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
21. Я відчуваю, що багато людей мене не розуміють
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
22. Я не почуваю себе в безпеці
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
23. Я часто без підстав хвилююся
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
24. Я почуваю себе ніяково, коли входжу в кімнату, де вже сидять люди
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
25. Я почуваю себе скутим
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи
26. Я відчуваю, що люди говорять про мене за моєю спиною
- А) Дуже часто Б) Часто В) Інколи Г) Зрідка Д) Ніколи

Продовження додатку Г

27. Я впевнений, що люди майже все сприймають легше, ніж я
А) Дуже часто Б) Часто В) Іноколи Г) Зрідка Д) Ніколи
28. Мені здається, що зі мною повинна статися якась неприємність
А) Дуже часто Б) Часто В) Іноколи Г) Зрідка Д) Ніколи
29. Мене хвилює думка про те, як люди ставляться до мене
А) Дуже часто Б) Часто В) Іноколи Г) Зрідка Д) Ніколи
30. Шкода, що я не такий комунікабельний, товариський
А) Дуже часто Б) Часто В) Іноколи Г) Зрідка Д) Ніколи
31. У суперечках я висловлююсь тільки тоді, коли впевнений у своїй правоті
А) Дуже часто Б) Часто В) Іноколи Г) Зрідка Д) Ніколи
32. Я думаю про те, чого чекає від мене громадськість
А) Дуже часто Б) Часто В) Іноколи Г) Зрідка Д) Ніколи

ДОДАТОК Д

АВТОРСЬКИЙ ОПИТУВАЛЬНИК

Стать _____

Вік _____

1. Як Ви відноситеся до того, що Ваш друг (подруга) чи партнер (партнерка) постійно тримає в руках телефон?

А) нейтрально

Б) негативно

В) позитивно

Г) спокійно

2. Як часто Ви берете до рук телефон?

А) рідко

Б) інколи

Г) постійно

3. Як впливає на Вас, коли співрозмовник постійно звертає увагу на сповіщення (повідомлення)?

А) нейтрально

Б) негативно

4. Чи одразу Ви відповідаєте на всі спливаючі повідомлення на смартфоні?

А) так

Б) ні

В) інколи

5. Чи легко Вам залишити свій телефон на довгий проміжок часу?

А) так

Б) ні

6. Що Ви відчуваєте, коли у Вас розрядився телефон, а зарядити його немає змоги?

7. Чи часто Ви перевіряєте наявність повідомлень у соцмережах при спілкуванні наживо?

А) часто

Б) інколи

В) рідко

8. Скільки часу Ви проводите в телефоні?

А) постійно

Б) час від часу

В) рідко

9. Наскільки важливо Вам щоб Ваш телефон знаходився в зоні доступності?

А) дуже важливо

Б) нейтрально

В) не важливо

10. Чи звертаєте Ви увагу на те скільки часу оточуючі проводять в телефоні?

А) так

Б) ні

В) інколи

ДОДАТОК Е

МЕТОДИКА “КОГНІТИВНА ОРІЄНТАЦІЯ (ЛОКУС КОНТРОЛЮ)” (ДЖ. РОТТЕР)

Стать _____

Вік _____

Інструкція. Наводиться ряд парних тверджень. Вирішіть, з яким із них Ви згодні більшою мірою, і обведіть кружком відповідну йому букву – “а” або “б”.

Текст опитувальника

1. а) діти потрапляють в біду тому, що батьки занадто часто їх карають;
б) в наш час неприємності відбуваються з дітьми найчастіше тому, що батьки занадто м'яко ставляться до них.
2. а) багато невдачі походять від невезіння;
б) невдачі людей є результатом їх власних помилок.
3. а) одна з головних причин, чому відбуваються аморальні вчинки, полягає в тому, що оточуючі миряться з ними;
б) аморальні вчинки будуть відбуватися завжди, незалежно від того, наскільки старанно оточуючі намагаються їх запобігти.
4. а) зрештою до людей приходять заслужене визнання;
б) на жаль, заслуги людини часто залишаються невизнаними.
5. а) думка, що викладачі несправедливі до учнів, невірно;
б) багато учнів не розуміють, що їх позначки можуть залежати від випадкових обставин.
6. а) успіх керівника багато в чому залежить від вдалого збігу обставин;
б) здатні люди, які не стали керівниками, самі не використали свої можливості.
7. а) як би Ви не старалися, деякі люди все одно не будуть симпатизувати Вам;
б) той, хто не зумів завоювати симпатії оточуючих, просто не вміє ладити з іншими людьми.
8. а) спадковість відіграє головну роль у формуванні характеру і поведінки людини; б) тільки життєвий досвід визначає характер і поведінку.
9. а) я часто помічав справедливість приказки: “Чому бути - того не минути”;

Продовження додатку Е

б)по-моєму, краще прийняти рішення і діяти, ніж сподіватися на долю.

10. а)для хорошого фахівця навіть перевірка з пристрастю не представляє утруднень;

б)навіть добре підготовлений фахівець звичайно не витримує перевірки з пристрастю.

11. а)успіх є результатом старанної роботи і мало залежить від везіння; б) щоб домогтися успіху, потрібно не упустити зручного випадку.

12. а)кожен громадянин може впливати на важливі державні рішення;

б)суспільством керують люди, які висунуті на громадські посади, а пересічна людина мало що може зробити.

13. а)коли я будую плани, то завжди переконаний, що зможу здійснити їх;

б)не завжди розсудливо планувати далеко вперед, тому що багато залежить від того, як складуться обставини.

14. а)є люди, про яких можна сміливо сказати, що вони нехороші; б) в кожній людині є щось хороше.

15.а)здійснення моїх бажань не пов'язане з везінням;

б)коли не знають, як бути, підкидають монету; по-моєму, в житті часто можна вдаватися до цього.

16.а)керівником стають завдяки щасливому збігу обставин;

б)щоб стати керівником, потрібно вміти управляти людьми; везіння тут ні при чому.

17. а)більшість з нас не можуть впливати скільки-небудь серйозно на світові події;

б)беручи активну участь у суспільному житті, люди можуть управляти подіями у світі.

18. а)більшість людей не розуміють, наскільки їхнє життя залежить від випадкових обставин;

б)насправді така річ, як везіння, не існує.

19. а)завжди потрібно вміти визнавати свої помилки;

Продовження додатку Е

- б) як правило, краще не підкреслювати своїх помилок.
20. а) важко дізнатися, чи дійсно Ви подобаєтеся людині;
б) число ваших друзів залежить від того, наскільки Ви викликаєте прихильність до себе інших.
21. а) зрештою неприємності, які трапляються з Вами, врівноважуються приємними подіями;
б) більшість невдач є результатом відсутності здібностей, незнання, ліні.
22. а) якщо докласти достатньо зусиль, то формалізм і бездушність можна викоренити;
б) є речі, з якими важко боротися, тому формалізм і бездушність не викоренити.
23. а) іноді важко зрозуміти, на чому ґрунтуються керівники, коли висувають людину на заохочення;
б) заохочення залежать від того, наскільки старанно людина трудиться.
24. а) хороший керівник очікує від підлеглих, щоб вони самі вирішували, що повинні робити; б) хороший керівник ясно дає зрозуміти, в чому полягає робота кожного підлеглого.
25. а) я часто відчуваю, що мало впливаю на те, що відбувається зі мною;
б) не вірю, що випадок чи доля можуть відігравати важливу роль у моєму житті.
26. а) люди самотні через те, що не проявляють дружелюбності до оточуючих;
б) марно дуже старатися розташувати до себе людей: якщо ти їм подобаєшся, то подобаєшся і так.
27. а) характер людини залежить головним чином від його сили волі;
б) характер людини формується в основному в колективі.
28. а) те, що зі мною трапляється - це справа моїх власних рук;
б) іноді я відчуваю, що моє життя розвивається незалежно від мене.
29. а) я часто не можу зрозуміти, чому керівники діють так, а не інакше;
б) в кінці кінців, за погане управління організацією відповідальні самі люди, які в ній працюють.