

Хмельницький національний університет  
Гуманітарно-педагогічний факультет  
Кафедра соціальної роботи і соціальної педагогіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Перший (бакалаврський)

Освітній рівень

**«СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ЧИННИК  
АГРЕСИВНОСТІ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ»**

Назва теми

Галузь знань 23 Соціальна робота

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 231 Соціальна робота

Шифр і назва спеціальності

Освітня програма Соціальна робота. Соціальна педагогіка та коучинг

Назва освітньої програми

\_\_\_\_\_  
Номер індивідуального навчального плану студента

Виконала: студентка IV курсу, група СРК-20-1 \_\_\_\_\_ Дарія ПОПЛАВСЬКА  
Підпис Ім'я, прізвище

Керівник: кандидат педагогічних наук, доцент \_\_\_\_\_ Юлія ОВОД  
науковий ступінь, вчене звання Підпис Ім'я, прізвище

Нормоконтролер

До захисту допускаю:

Зав. кафедри соціальної роботи і соціальної педагогіки

доктор педагогічних наук, професор

\_\_\_\_\_ Юрій БРИНДІКОВ  
Підпис Ім'я, прізвище

\_\_\_\_\_ 2024 р.

Хмельницький, 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА АГРЕСИВНОСТІ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ	
1.1 Соціальні мережі як феномен ХХІ сторіччя	10
1.2 Статистичний аналіз популярності соціальних мереж серед студентської молоді	14
1.3 Психолого-педагогічні явища, пов'язані із споживанням контенту в соціальних мережах	19
Висновки до розділу.....	27
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СПІЛКУВАННЯ СТУДЕНТІВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НА РІВЕНЬ АГРЕСИВНОСТІ	29
2.1 Методи та методики дослідження взаємозв'язку агресивності та спілкування у соціальних мережах .....	29
2.2 Методичні рекомендації студентам щодо правил спілкування у віртуальному просторі .....	46
Висновки до розділу.....	52
ВИСНОВКИ.....	54
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	57
ДОДАТКИ.....	63
ДОДАТОК А Анкета «Ваше ставлення до спілкування в соціальних мережах»	63 64
ДОДАТОК Б Опитувальник «Я та соціальні мережі»	66
ДОДАТОК В Тест Кімберлі Янг на інтернет-залежність	
ДОДАТОК Г Методика визначення агресивних та ворожих реакцій людини А. Басса та А. Дарки (адаптація А.К. Осницького)	69

## ВСТУП

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікативних технологій і появи глобальної мережі «Інтернет» сприяли появі нових віртуальних соціальних сфер та віртуальних соціальних спільнот.

Віртуальний соціальний простір Інтернету являється величезним сховищем інформації. Тут можна віднайти різносторонню інформацію офіційного, ділового, особистого характеру, яка знаходить все більше застосування у політичній, управлінській сферах, сфері науки, освіти та культури.

На жаль, окрім нових позитивних можливостей, для користувачів віртуального соціального середовища можуть бути і певні негативні наслідки. Тут може бути розміщена неправдива інформація, користувач може отримувати повідомлення із погрозами, залякуваннями, які містять образливі та принизливі коментарі. Як результат, безпечність користування Інтернетом під загрозою. Конфіденційною інформацією можуть скористатися зловмисники, вона може бути використана для нав'язування товарів та послуг, для маніпулювання.

Варто відмітити, що комунікація в мережі Інтернет має певні особливості. Не зважаючи на те, що інтерактивні сервіси розвиваються з великою швидкістю, більший відсоток спілкування проходить в письмовій формі і немає безпосереднього контакту між комунікантами.

Достовірність ідентифікаційних даних стосовно учасників спільноти складно перевірити. Особливості лексики користувачів соцмереж, власні правила побудови висловлювань, нові сценарії спілкування створюють специфіку Інтернету як комунікативного простору.

Очевидним є те, що як і реальному комунікативному середовищі, так і під час спілкування в соціальних мережах користувач рано чи пізно зіштовхується із проявами агресивного ставлення.

Проблеми віртуальної агресії було вивчено зарубіжними (В. Жельвіс, Р. Лакофф, А. Налчаджян, Ю. Щербініна та ін.) та українськими (Л. Білоконенко, Н. Войцехівська, О. Ставицька, О. Фадєєва та ін.) дослідниками. Вивченню проблеми агресивної поведінки присвятили свої праці І. Гайдамашко, І. Кулинич, Н. Максимова, Л. Семенюк. Методи профілактики агресивної поведінки досліджували такі науковці як Т. Журавель, К. Сергєєва, С. Шебанова та інші.

З огляду на це дослідження спілкування в соціальних мережах як чинника агресивності в студентському середовищі є актуальним, важливим та не достатньо вивченим проблемним питанням у науковій літературі.

**Об'єкт дослідження** – спілкування студентської молоді в соціальних мережах.

**Предмет дослідження** – взаємозв'язок між агресивністю та споживанням контенту соціальних медіа.

**Метою роботи** є теоретико-експериментальне вивчення спілкування в соціальних мережах як чинника агресивності в студентському середовищі та розробка методичних рекомендацій студентам щодо правил спілкування у віртуальному просторі.

Для досягнення поставленої мети було сформульовано наступні **завдання дослідження**:

- 1) здійснити теоретичний аналіз наукової літератури з проблеми особливостей спілкування у соціальних мережах;
- 2) надати статистичний аналіз популярності соціальних мереж серед студентської молоді;
- 3) дослідити вплив спілкування у соціальних мережах на агресивне поведіння серед студентів;
- 4) розробити методичні рекомендації студентам щодо правил спілкування у віртуальному просторі.

**Методи дослідження:** *теоретичні:* (систематизація та аналіз наукової літератури, порівняння та узагальнення даних); *методи математичної обробки результатів дослідження* (кількісний та якісний аналіз результатів дослідження) та *емпіричні:* (метод спостереження, метод бесіди, Анкета для студентів «Ваше ставлення до спілкування в соціальних мережах», Опитувальник «Я та соціальні мережі», Тест Кімберлі Янг на інтернет-залежність, Методика визначення агресивних та ворожих реакцій людини А. Басса та А. Дарки (адаптація А. К. Осницького).

**Практичне значення роботи** полягає у розробці методичних рекомендацій студентам щодо правил спілкування у віртуальному просторі.

**Експериментальна база дослідження:** дослідження проводилося серед студентів кафедри соціальної роботи і соціальної педагогіки Хмельницького національного університету. У дослідженні прийняли участь 31 студент третього та четвертого курсів денної форми навчання.

**Апробація результатів дослідження** За матеріалами дослідження опубліковано наукову статтю: Ю. В. Овод, Д. В. Поплавська. Теоретичні основи взаємозв'язку спілкування в соціальних мережах та агресивності в студентському середовищі Актуальні питання розвитку особистості: сучасність, інновації, перспективи: Збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Житомир, 4 квітня 2024 року) / Ред. колегія: Л.Котлова, Л.Бутузова, С.Максимець / М-во освіти і науки України, Житомирський державний університет імені Івана Франка, соціально-психологічний факультет. Житомир, Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2024. с. 263

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається з вступу, 2 розділів, висновків, переліку джерел посилань (40 найменувань, з них 1 – зарубіжне), 2 таблиці, 14 рисунків, 4 додатки (на 16 сторінках). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 74 сторінки ( 58 сторінок – основний текст)

# РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА АГРЕСИВНОСТІ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

## 1.1 Соціальні мережі як феномен XXI сторіччя

Розвиток сучасного суспільства багато в чому визначається проникненням інформаційних технологій, які впливають на свідомість та поведінку людини, соціальні явища та процеси, характер соціальних взаємовідносин, виступають засобом інформаційно-психологічного впливу, формування загально прийнятих норм, інструментом суспільно-політичних змін. Серед таких технологій одне із провідних місць належить інтернету, роль якого в організації колективної діяльності у сучасному світі є загально визнаною [4].

Одним із показників зростання впливу інтернету є його змагання із традиційними ЗМІ. Подекуди деякі із них поступово звільняють місце інтернет-сайтам.

Аналіз тенденцій розвитку медіа сфери за останні роки свідчить про те, що інтернет як носій інформаційного ресурсу займає лідерські позиції.

Серед онлайн-порталів, до яких переважно звертаються користувачі лідерами є соціальні медіа – соціальні мережі, форуми, блоги [11].

Аналіз практик використання соціальних мереж дає підстави стверджувати про те, що саме соціальні мережі виступають засобом для реалізації різноманітних форм активності.

Згідно даних дослідження, яке проводилося на замовлення Громадянської мережі ОПОРА влітку 2023 року, близько 70% користувачів в соціальних мережах спілкуються із друзями та знайомими, майже 50% слідкують за новинами, 25% - вирішують питання, які пов'язані із їх професійної діяльністю, близько 23% вступають у різноманітні тематичні групи за інтересами, 20% - грають ігри, створюють пости на власних сторінках, 19% - обговорюють

новини, події в країні та світі [3].



Рисунок 1.1 – Аналіз мети використання соціальних мереж.

Завдяки соцмережам мільйони людей щодня можуть спілкуватися з родиною та друзями, які живуть за тисячі кілометрів. Ця опція набула особливої цінності під час карантинних обмежень та закритих кордонів через пандемію коронавірусу та війну.

Таблиця 1.1 – Перелік позитивних та негативних аспектів соціальних мереж

Позитивні аспекти соціальних мереж	Негативні аспекти соціальних мереж
Безмежне спілкування (розмовляти з родиною, друзями з будь-якого куточка світу стало можливим, не виходячи з дому)	Публікація у вільному доступі особистої інформації про людину
Додаткові функції (групи, новини, можливість додавати фото та відео, численні програми, оповіщення про	Все, що викладається в соціальних мережах – залишається там назавжди (навіть після видалення облікового

дні народження і т.д.)	запису)
Соціальні мережі використовуються в якості інструменту для саморозвитку, вивчення іноземних мов, читання цікавих книжок, прослуховування музики і т.д.	Мережі наповнені непотрібною рекламою та непристойним матеріалом
Соціальні мережі як місце для навчання, пошуку різноманітної літератури, можливість розвивати власний бізнес (інтернет-магазин)	Розвивається залежність від соціальних мереж, що призводить до того, що більшість часу особа перебуває онлайн нехтуючи реальними контактами з родиною та друзями, відвідуваннями цікавих заходів, навіть сном. Все це негативно позначається на самопочутті, фізичному та психологічному здоров'ї, з'являється дратівливість та агресивність
Соціальні мережі як тренд, можливість постійно бути «в темі»	Соціальні мережі використовуються для пропаганди серед молоді (пропаганди насилля)
Соцмедіа стали платформою для розголосу злочинів та дискримінації	Соціальні мережі негативно позначаються на мовленні та правописі (обмежений словниковий запас, мовні та граматичні помилки – результат спілкування в соціальних мережах)

Соціальні мережі швидко зайняли певну нішу в нашому житті, і схоже, мають намір залишатися в ньому на довго. Усуваючи міжособистісні перешкоди, соціальні мережі надають безмежні можливості для спілкування, відкривають світ людині, а людину – світу.

### *Цікаві факти про соціальні мережі*

1. Кожної секунди кількість користувачів соціальних мереж збільшується на 8 осіб.
2. Середньостатистичний користувач відвідує власний акаунт двічі на день.
3. Близько 50% користувачів витрачають на соціальні мережі від 1 до 5 годин на тиждень.
4. Більше 50% людей віком до 30 років зареєстровані у якій небуть соціальній мережі віком.
5. На кожного користувача соціальних мереж в середньому припадає 195 «друзів».
6. Кожне третє розлучення в розвинених країнах так чи інакше пов'язане із активністю в соціальних мережах.
7. Щорічно в світі реєструється близько 100 вбивств, причиною яких стало образливе повідомлення в соціальній мережі.
8. Близько 20% користувачів слідкують за іншими людьми через соціальні мережі.
9. 1/10 подружніх пар США знайшли свою другу половинку у соціальних мережах.
10. У 8 з 10 дітей старших 12 років є сторінка в соціальних мережах. Середній вік, коли дитина заводить собі акаунт – 10 років.
11. 30% дітей витрачають на активність в соціальних мережах 24 години на тиждень. Ще 50% наближаються до такого показника.

- 12.75% батьків, зареєстрованих у соціальних мережах подружилися із власними дітьми. 80% із них знають, на які теми спілкуються їх діти в Інтернеті.
  - 13.Більше 80% компаній у світі використовують соціальні мережі для підбору персоналу.
  - 14.Один мільйон посилань поширюється у Facebook кожні 20 хвилин.
  - 15.Статистика свідчить, що завдяки соціальним мережам у 26 разів зросла кількість злочинів проти неповнолітніх на сексуальному ґрунті.
  - 16.Щохвилин 100000 осіб стають друзями у Facebook.
  - 17.Перебування в соціальних мережах збільшує ризик самогубства, оскільки робить людину більш відчуженою від дійсності, мінімізуючи контакти з оточуючими.
  - 18.Понад 60% української аудиторії заявили, що найбільший інтерес в соціальних мережах для них представляє розважальний контент (музика, кіно), побутова та мобільна техніка, новинки у світі гаджетів та комп'ютерних технологій, а також теми здоров'я і продуктів харчування. Найменший – алкоголь та предмети розкоші.
  - 19.Менш ніж за рік Facebook зібрав більше 200 мільйонів користувачів.
  - 20.Кожна п'ята людина, втративши роботу, займається подальшим працевлаштування за допомогою соціальних мереж [22].
- Рейтинг популярних в Україні соціальних мереж виглядає наступним чином

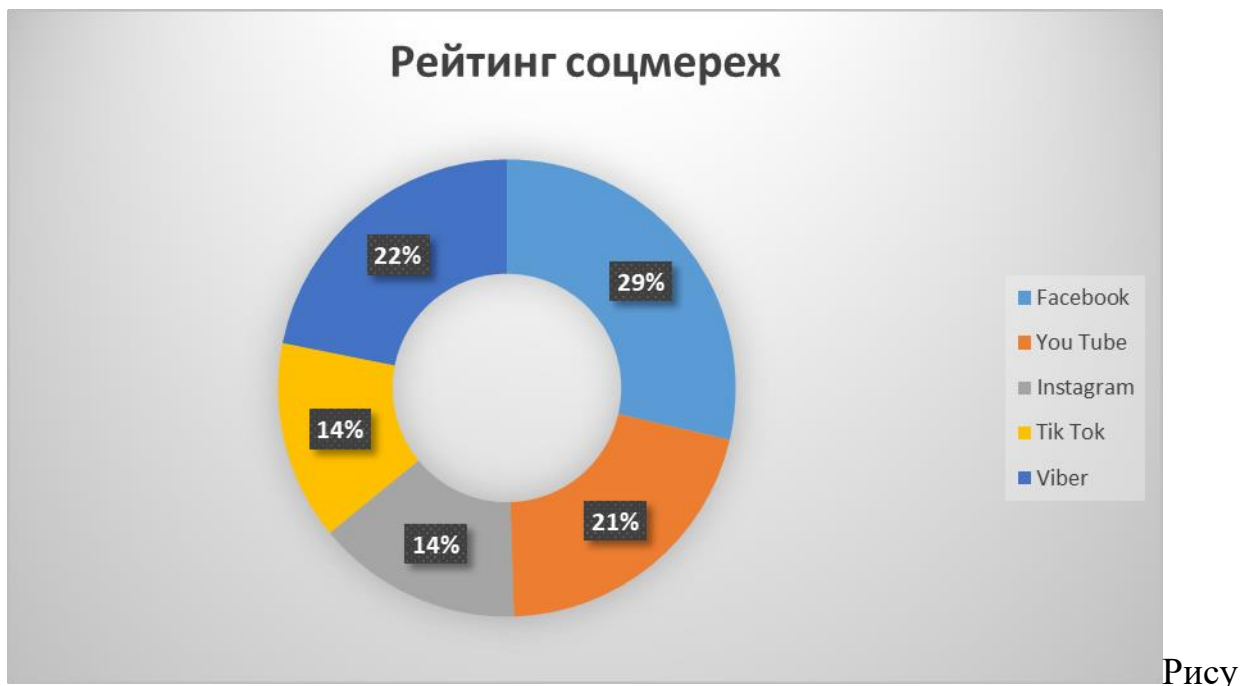


Рисунок 1.2 – Рейтинг соціальних мереж в Україні

Отже, станом на сьогодні соціальні мережі є невід’ємною частиною повсякденного життя.

Актуальність дослідження соціальних мереж визначається тим, що серед користувачів переважає молодь. Згідно даних досліджень, переважна більшість тих, хто користується соціальними мережами по декілька разів на день є молодь (близько 70 %). З віком зменшується частка тих, хто неодноразово протягом дня звертається до соціальних мереж: 50% - особи віком 25-29 років, 35% - особи віком 30-39 років, 20% - 40-49 років, менше 20% люди віком 50 і старше років.

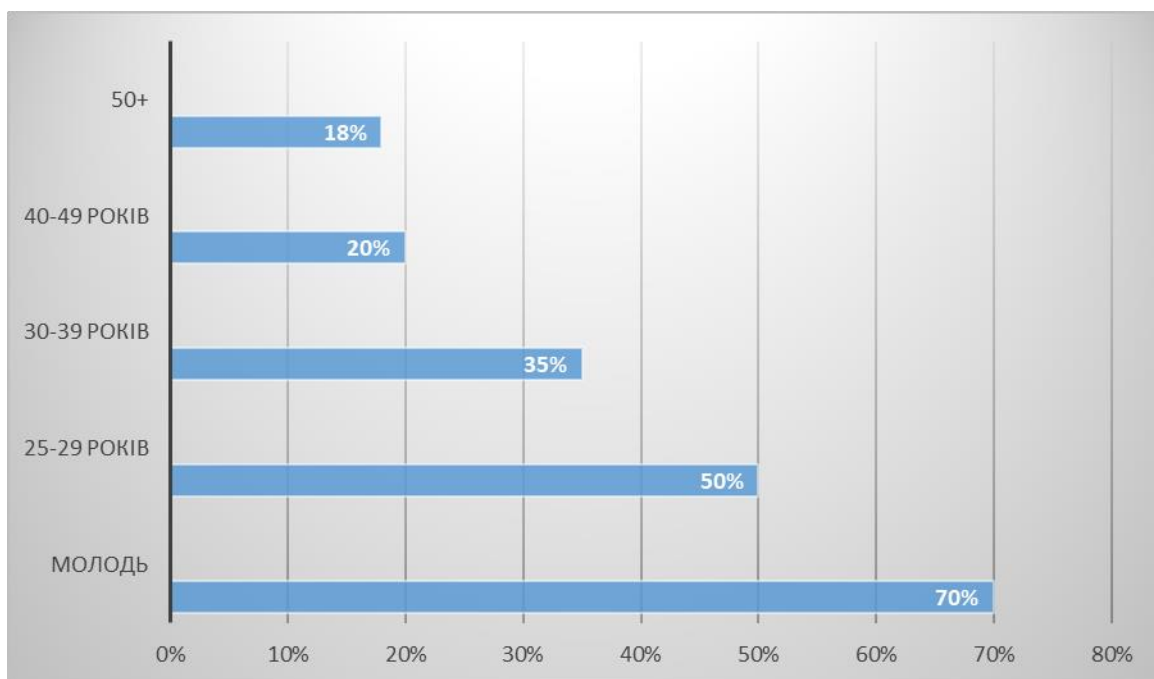


Рисунок 1.3 – Вікові категорії користувачів соціальних мереж

Ці дані свідчать про те, що молодь знаходиться під впливом інформаційних потоків інтернет-простору, ідеологічного, культурного впливу контенту соціальних мереж, що ставить під питання національну, духовну та соціальну безпеку молодих людей.

Соціальна мережа – це структура, що базується на людських зв'язках або ж взаємних інтересах. В якості інтернет-сервісу соцмережа може розглядатися як платформа, за допомогою якої люди підтримують зв'язок один з одним та об'єднуються у групи за власними інтересами [31].

Першу цеглину у фундаменті нового напрямку веб-сервісів заклав американський сайт Classmates.com, який відкрився ще у 1995 році, пропонуючи відшукати своїх однокласників та старих друзів. Через 10 років, у 2005 році, шалений успіх «MySpace» призвів до швидкого зростання соціальних мереж та збільшення їх популярності серед користувачів. Аналогічним постає питання переваг використання соціальних мереж. Даний перелік є досить розгалуженим:

- самореалізація;
- розповсюдження інформації;
- уточнення уявлень про світ;
- освіта;
- вивчення мов;
- пошук та перевірка інформації;
- пошук контактів для розвитку;
- пошук товарів;
- відпочинок;
- знайомства і т.д. [17]

Вперше термін «соціальні мережі» було введено у 1954 році Джеймсом Барисом. Соціальна мережа – це соціальна структура, яка складається з групи вузлів, які є соціальними об'єктами (люди, організації) і зв'язків між ними (соціальних взаємовідносин) [12].

Перша соціальна мережа в інтернеті з'явилася у 1995 році. Це був американський портал classmates.com («Однокласники» - аналог цього сайту). Офіційним початком життя соціальних мереж прийнято вважати 2003-2004 роки.

#### *Особливості соціальних мереж*

- ✓ Людина опановує роботу з комп'ютером та в інтернеті;
- ✓ Отримує безліч інформації, навчається її «фільтрувати», що позитивно впливає на логічне мислення, пам'ять, увагу;
- ✓ Якщо друзі чи знайомі живуть в іншому місці, людина не випадає зі свого кола спілкування, перебуває в курсі останніх подій у житті інших;
- ✓ Під час листування з іншими людьми відточує вміння грамотно будувати речення, висловлювати власні думки;

- ✓ Світ соціальної мережі розмиває рамки загальноприйнятих понять: добре чи погано, пристойно чи непристойно, красиво чи вульгарно тощо;
- ✓ Спілкуючись виключно у соцмережі людина не розвивається емоційно, оскільки текстові повідомлення позбавлені міміки, жестів, енергетичних імпульсів;
- ✓ Створюється розуміння дружби, адже в соцмережі може бути 300 так званих друзів, а на день народження в реальному житті запросити немає кого;
- ✓ Виникає проблема самоідентифікації малого учасника соцмережі, адже в інтернеті можна зробити себе розумним, дотепним, популярним і гарним, а в житті залишатися зовсім іншою людиною;
- ✓ В соціальних мережах можна знайти однодумців, людей, які поділяють думки, переконання і погляди;
- ✓ Ви завжди будете в курсі останніх подій, а інколи вони навіть попереджають задовго до офіційних новин;
- ✓ Ви завжди будете пам'ятати про дні народження ваших друзів;
- ✓ Можна знайти роботу, купити речі, знайти відповіді на запитання та ділитися знаннями [5].

Окрім позитивних сторін, переваг та можливостей, соціальні мережі для своїх користувачів несуть певні ризики.



Рисунок 1.4 – Недоліки соціальних мереж

Реалії сьогодення свідчать про становлення соціальних мереж як невід’ємний компонент спілкування у суспільстві. Соціальні мережі виступають засобом спілкування між комунікантом та споживачем інформації, одночасно можуть виступати майданчиками для обговорення певних питань чи проблем з великою соціальною групою та сервісом для листування [9].

Але попри все, основною метою соціальних мереж є соціалізація та інтеграція, прагнення до налагодження взаємовідносин з іншими користувачами. Усі функції соціальних мереж так чи інакше зводяться до комунікативної.

*У всесвітній павутині існує багато різноманітних соціальних мереж, які класифікують за різними ознаками. За доступністю соціальних мереж виділяють наступні типи:*

- закриті;
- відкриті;
- змішані [12].

Станом на сьогодні переважна більшість соціальних мереж відкриті, хоча певні проекти на початку створення планувалися закритими. Соціальні мережі змішаного типу користуються незначною популярністю у користувачів, оскільки містять певні бар'єри, тому вони неохоче приєднуються до них.

Класифікують соціальні мережі і за географічним розташуванням:

- світового значення;
- в межах окремої країни;
- в межах певної території;
- без регіональної приналежності.

За спрямуванням соціальні мережі поділяють на наступні типи:

- ділові соціальні мережі, орієнтовані на професійне зростання та кар'єру;
- загальної тематики, спрямовані на підтримку та налагодження вже існуючих контактів та пошуку нових зайомих. Ці сайти вже накопичили велику базу профілів та контактів, з яких можна дізнатися все про людину, її захоплення та вподобання;
- спеціалізовані соціальні мережі, які збирають користувачів за інтересами: хоббі, музика і т.д.

За видами соціальні мережі поділяються на:

- соціальні мережі для спілкування. Наприклад «Facebook», який одним із перших запропонував персональний міні-сайт, який згодом став відомим як профіль;
- соціальні мережі для обміну медіа контентом. («Instagram», «YouTube»);
- соціальні мережі для колективних переговорів, основною метою яких є обмін інформацією («Quora», «Reddit»);
- соціальні мережі для авторських записів («Blogger», «Twitter»);

- сервіси соціальних закладок, де користувачі збирають у контент власну бібліотеку, на яку можуть підписуватися інші учасники («Pinterest», «Flipboard»);
- соціальні мережі за інтересами, які надають можливість знаходити однодумців («Goodreads», «Friendster») [33].

Проте така класифікація є досить умовною, при чому поділ на типи, види та категорії триває і досі.

## **1.2 Популярні соціальні мережі в Україні, статистика**

Вже два роки поспіль українське суспільство фактично живе новинами. Інформація про повітряні тривоги, обстріли, зміни ситуації на фронті та політику – все це стало звичною частиною дня багатьох українців.

Однак за останні декілька років змінилися не лише звички споживання новин, а й сам інформаційний простір. Україна перебуває в активній фазі інформаційної війни, яка проявляється в поширенні інформаційно-психологічних спецоперацій, дезінформаційних кампаніях та використанні автоматизованих акаунтів для впливу на громадську думку [14].

За останні роки інтернет виступає платформою для розміщення величезної кількості різноманітної інформації, в тому числі соціальних мереж.

Життя сучасної людини, особливо молоді, без них зараз важко уявити. Соціальні мережі використовується як соціальний інструмент, як джерело інформації, засіб самопрезентації та багато іншого [6].

Час, який користувачі проводять у режимі онлайн, становить в середньому біля 6 годин, з них – близько 2,5 годин – соціальні мережі.

Найпопулярнішими соціальними мережами в Україні є Facebook (2,2 млрд. активних користувачів на місяць), You Tube (1.9 млрд. активних користувачів

на місяць), Instagram (1 млрд. активних користувачів на місяць), Viber (260 млн. активних користувачів на місяць)

### НАЙПОПУЛЯРНІШІ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В УКРАЇНІ ТА КІЛЬКІСТЬ ЇХ АКТИВНИХ КОРИСТУВАЧІВ У СВІТІ

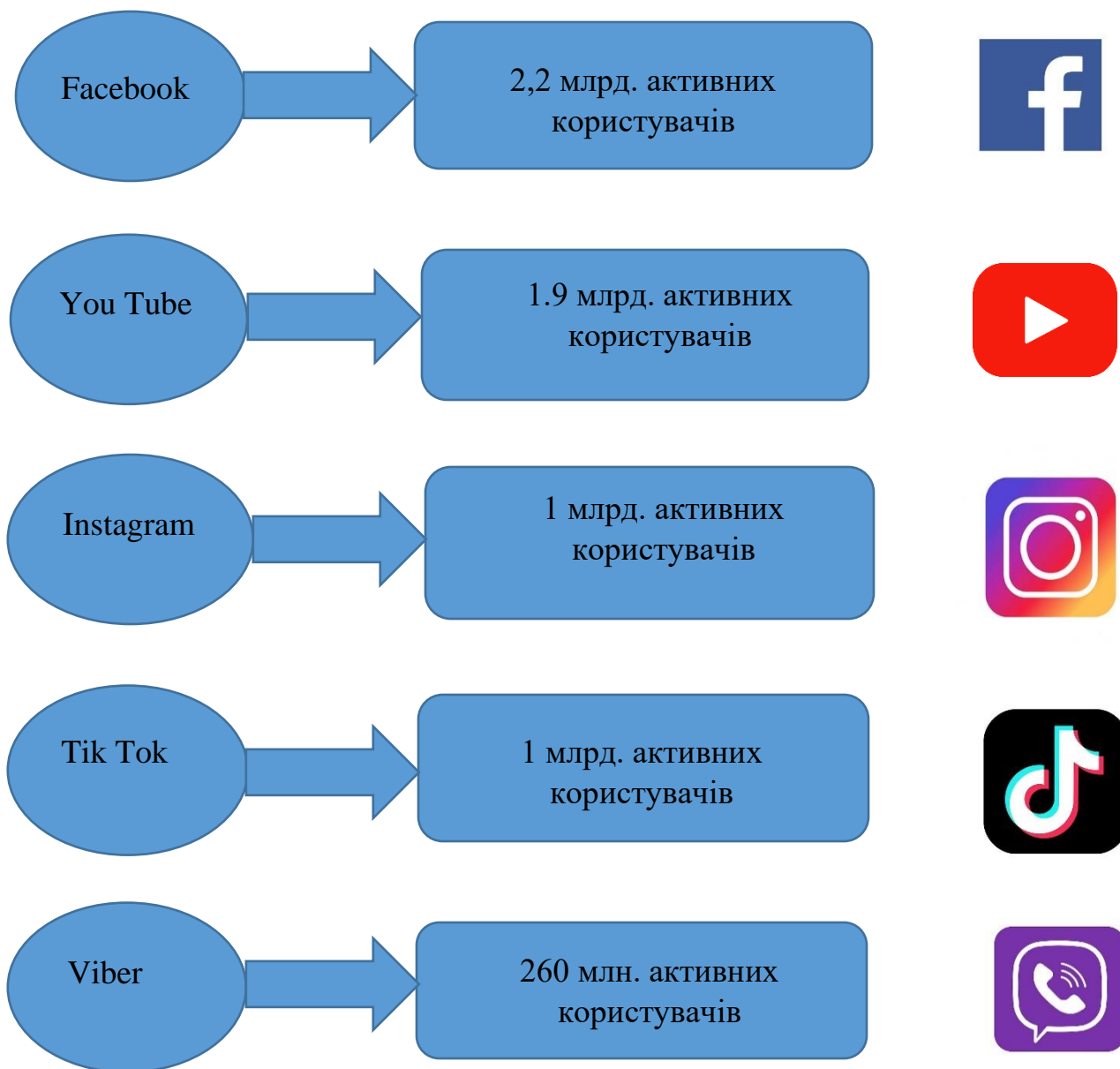


Рисунок 1.5 – Соціальні мережі та їх користувачі

Facebook – соціальна мережа, яка була заснована Марком Цукербергом, шалена популярність якої серед користувачів вимагає підлаштовуватися під

потреби кожного. Сьогодні існує понад 60 мовних версій веб-ресурсу задля того, щоб люди з різних точок світу мали можливість спілкуватися між собою [13].

Популярність Instagram викликана тим, що сучасний користувач все більше перетворюється на «візуала», потреби якого повністю задовольняються завдяки мінімальному тексту та максимальній кількості фото. Кількість підписників постійно зростає. Instagram – це соціальна мережа №1 у української молоді, Проникнення у середовище користувачів у віці 18-24 років майже 100% [16].

YouTube – це платформа для обміну інформацією у відео форматі, де користувачі щоденно переглядають мільярд годин відео. За потреби є можливість створювати власний канал, де розміщувати відео для своїх абонентів задля переглядів, коментарів та лайків. YouTube також відомий як друга за величиною пошукова система після Google.

Згідно даних статистики не лише молоде покоління використовує можливості соціальних медіа: 72% користувачів Інтернету активні у соціальних мережах, з яких 89% - користувачі віком 18-29 років, 72% - 30-39 років, 60% людей віком 50-60 років та 43% - люди віком 65+

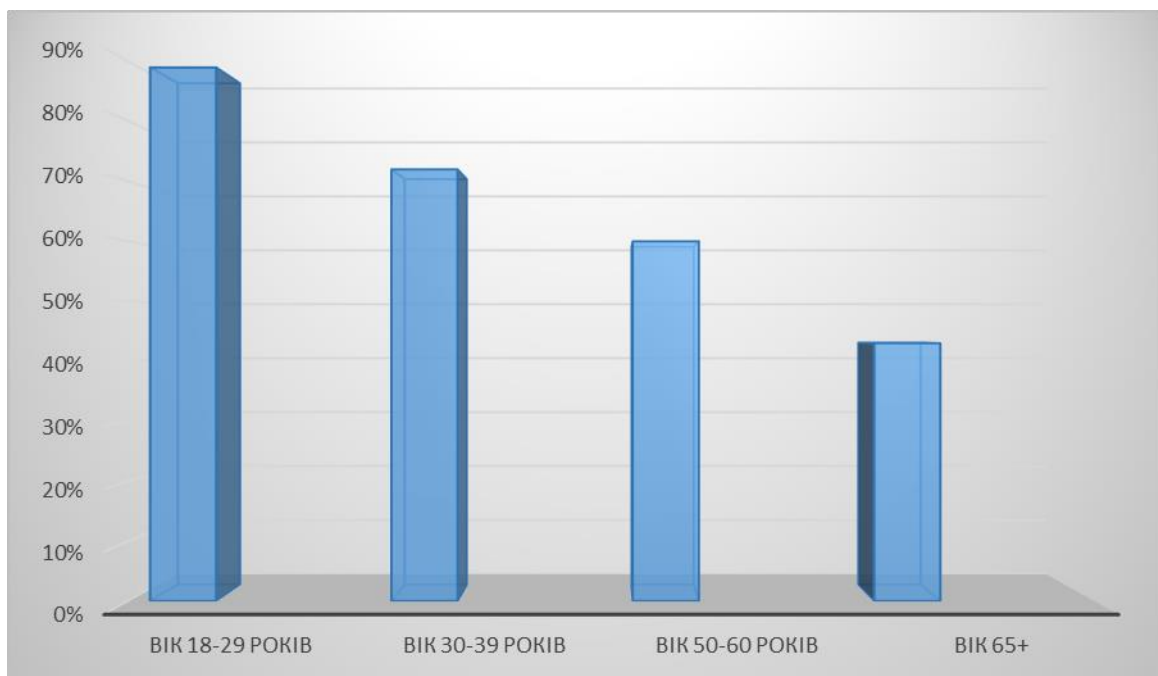


Рисунок 1.6 – Користувачі соціальних мереж

Жінки в середньому за добу проводять на 15 хвилин більше часу в соціальних мережах ніж чоловіки та є їх більш активними користувачів. [2]

У відсотковому співвідношенні кількість користувачів соціальних мереж в Україні за статтю становить 61% жінки та 39% чоловіки відповідно.

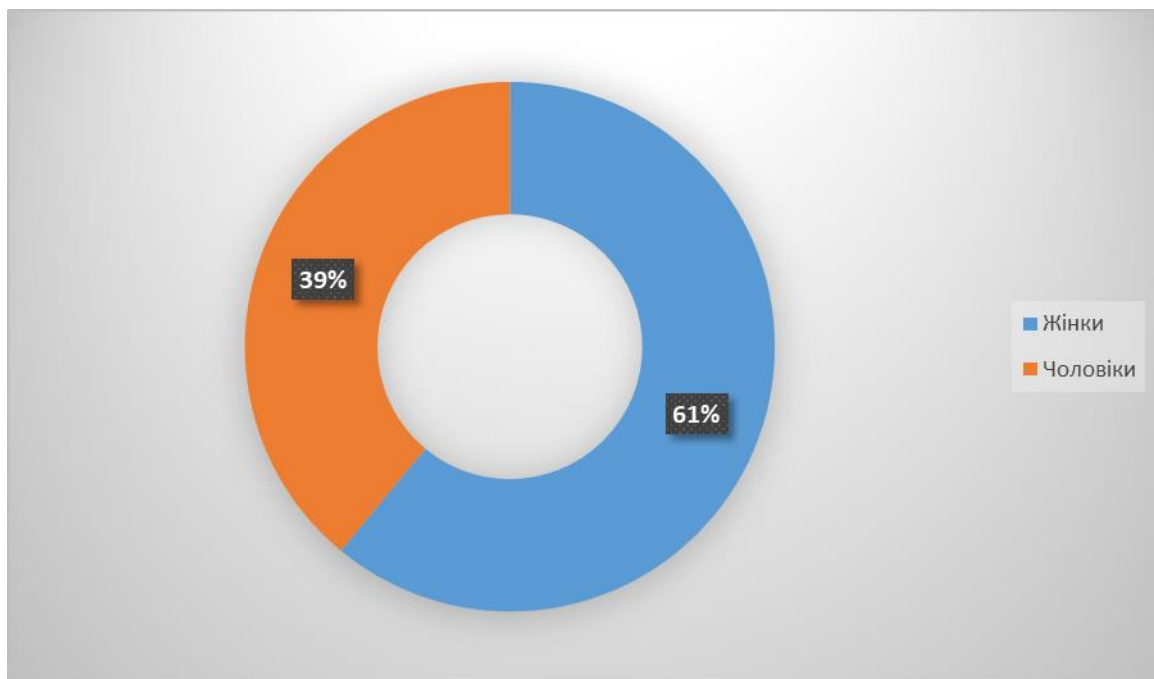


Рисунок 1.7 – Розподіл користувачів соціальних мереж за статевою ознакою

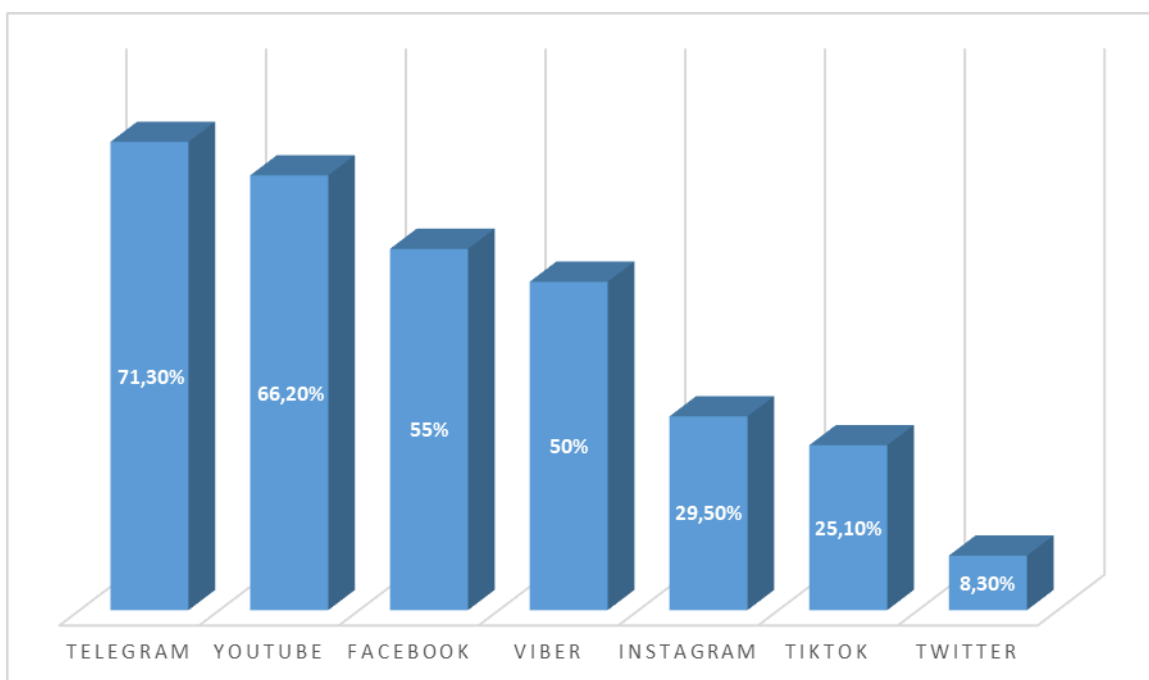


Рисунок 1.8 – Рейтинг популярності соціальних мереж серед українців

Рейтинг найпопулярніших соціальних мереж серед українців згідно досліджень, які проводилися на замовлення Громадянської мережі ОПОРА не змінився: найактивніше використовують Telegram (71,3%), YouTube (66,2%) та Facebook (55%). Також 50% опитаних споживають новини у Viber, 29,5% - в Instagram. 25.1% - в TikTok, 8,3% - в Twitter [16].

Відмінності між чоловіками та жінками найпомітніші: чоловіки більше використовують YouTube, жінки – Telegram; на другому місці в чоловіків Telegram, в жінок – Facebook. Третє місце серед чоловіків у рейтингу соціальних мереж належить Facebook, в жінок – YouTube. Також жінки в порівнянні з чоловіками більшої переваги надають Viber. Переважна більшість жінок ніж чоловіків обирають Instagram та TikTok

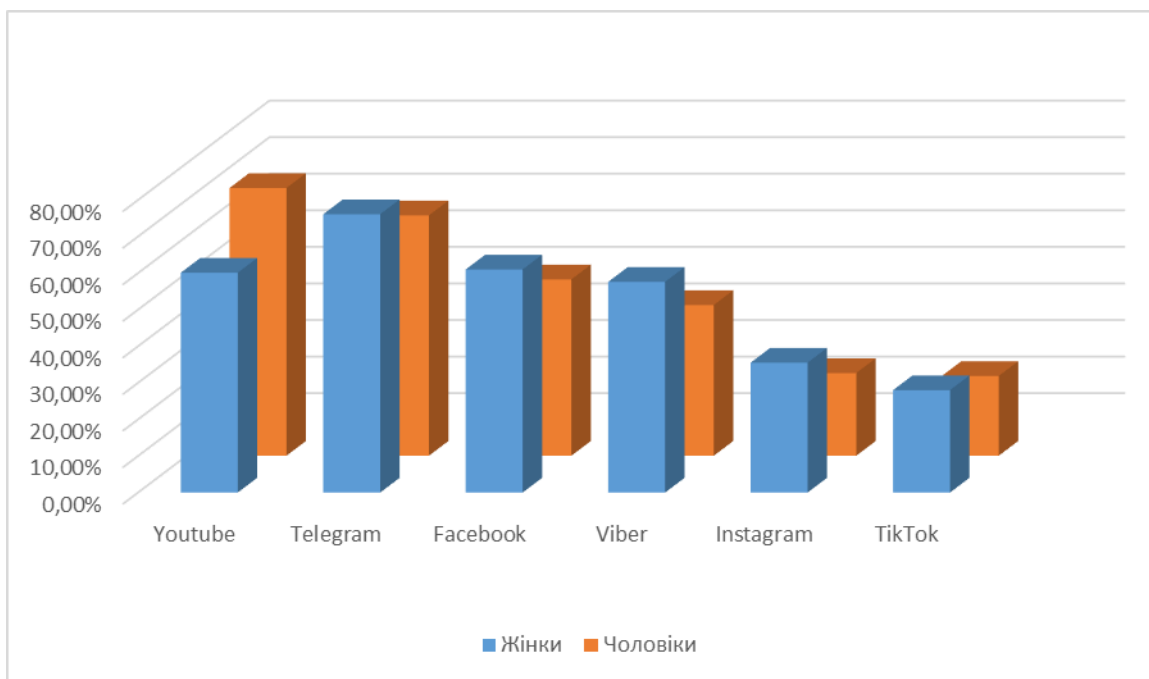


Рисунок 1.9 – Відмінності між чоловіками та жінками у перевагах вибору соціальних мереж

Різні вікові категорії обирають різні соціальні мережі. Так, найпопулярнішими серед осіб віком 18-29 років залишаються Telegram (89,9%), YouTube (64,5%), Instagram (46,1%), Facebook (34,1%), Viber (27,7%). Користувачі віком 30-39 років розподіляють власні уподобання наступним чином: Telegram(75,6%), YouTube (61,1%), Facebook (59,1%). Серед 40-49 річних Telegram обирають 70,9%, YouTube (65,6%), Facebook (64%), Viber (54,2%), TikTok (26,5%). Респонденти віком 50-59 років для отримання новин найчастіше використовують Telegram (70%), YouTube (69,3%), Facebook (59,6%), Viber (59,5%). Серед опитаних віком від 60 до 69 років перевагу надають YouTube (71,3%), Viber (68%), Facebook (62,4%), Telegram (53,5%) [28].

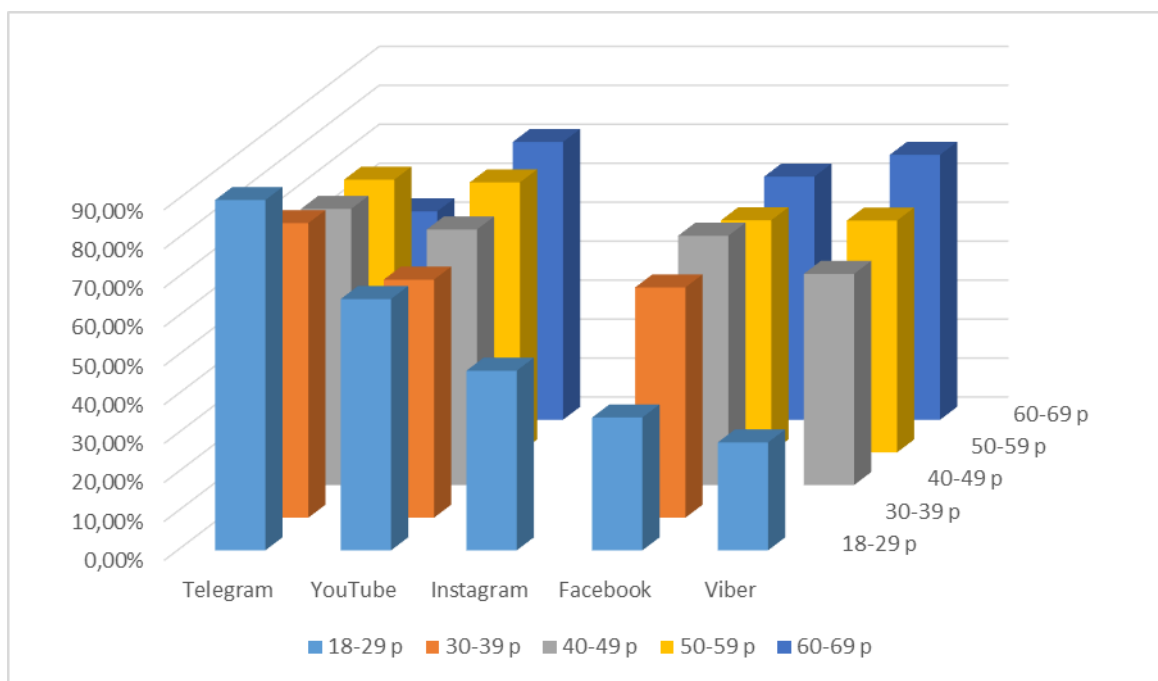


Рисунок 1.10 – Переваги соціальним мережам у різних вікових категоріях.

Певні відмінності спостерігаються й в уподобаннях жителів міст та сіл

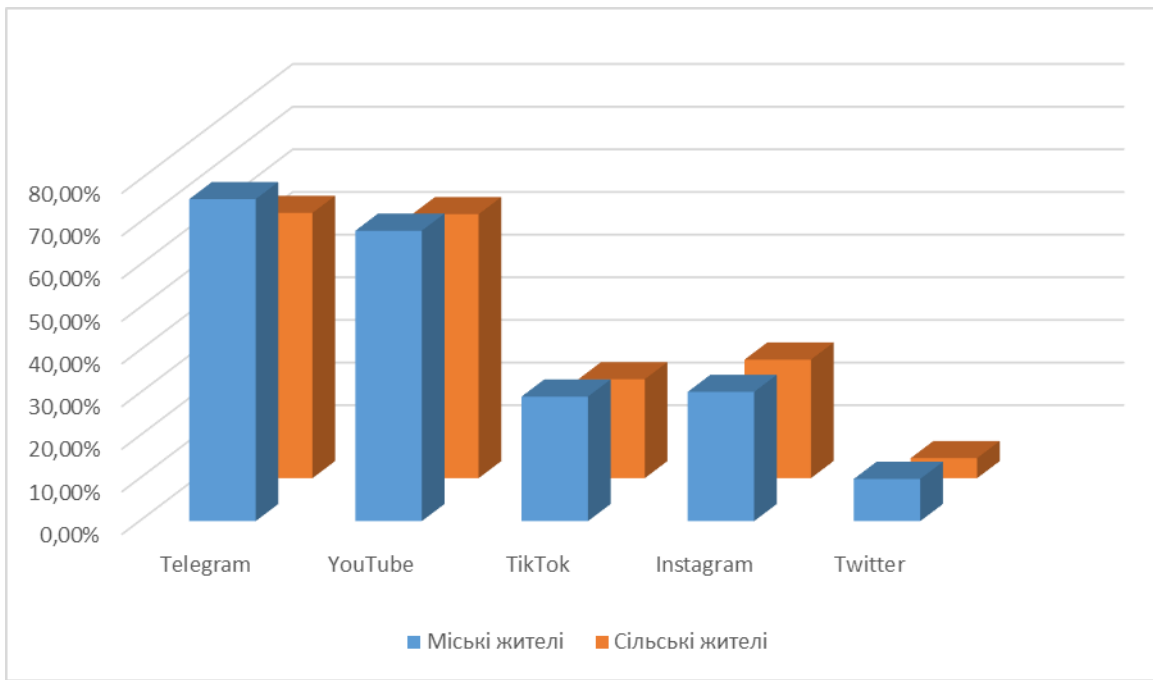


Рисунок 1.11 – Вподобання соціальних мереж жителями сіл та міст

Якщо розглядати регіональний розподіл, то тут також спостерігаються певні особливості

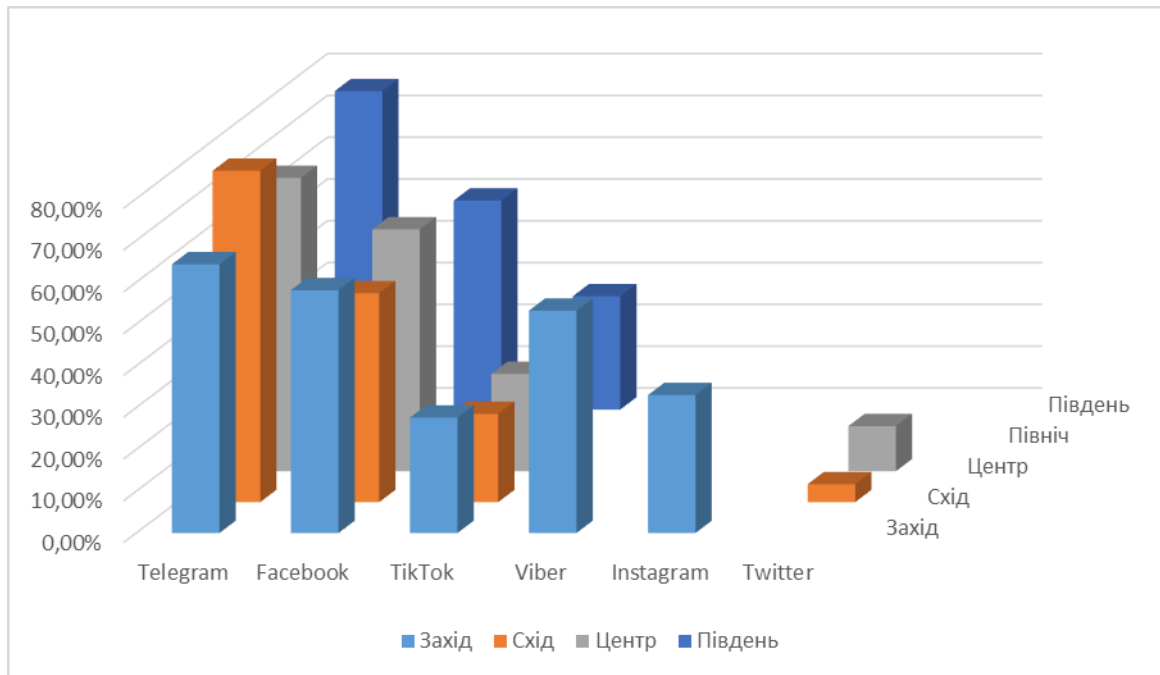


Рисунок 1.12 – Регіональний розподіл соціальних мереж

Соціальні мережі набули великої популярності і день за днем все більше і більше користувачів мережі Інтернет реєструються та починають свою активну діяльність у нових соціальних мережах, залишаючи позаду сайти, блоги, портали та інші вебресурси.

### **1.3 Психолого-педагогічні явища, пов'язані із споживанням контенту в соціальних мережах**

Спілкування в соціальних мережах являється засобом формування сенсу, культурних образів та системи цінностей. Це означає, що підростаюче покоління перенесе у реальне суспільне життя ті цінності, норми та моделі поведінки, які були засвоєні в результаті спілкування в соціальних мережах. Можна припустити, що прагнення формування соціальних практик реального життя вже сьогодні багато в чому визначаються особливостями простору інтернет-комунікацій [7].

Усі «мережеві скандали», пов'язані із активністю користувачів соціальних мереж, відображають подвійність подій особистого та публічного. Відкритість та доступність соціальних мереж кожному визначають і особливості поведінки. Усі дії на особистих сторінках стають потенційними повідомленнями для великої кількості анонімних користувачів. Тому будь яка інформація, що розміщена на особистій сторінці користувача соціальних мереж підлягає оцінці суспільства, яке має можливість копіювати, критикувати, коментувати, тиражувати і т.д. Виходить, що особиста інформація, після потрапляння в соціальні мережі бажано ми того чи ні адресована публічному простору, в тій чи іншій мірі приймає участь у формуванні публічного обличчя власника аккаунта. Соціальні мережі при цьому виступають засобом управління враженнями, засобом підтримання образу «Я» [19].

Саме в силу таких особливостей виникають конфліктні ситуації, які досягають великих масштабів, потрапляють у ЗМІ, де обговорюють розміщену в соціальних мережах особисту інформацію, яка на думку певної частини суспільства порушує ті чи інші норми та правила [4].

Соціальні мережі певної мірою виступають частиною та продовженням «образу» людини, частиною його публічного обличчя, соціальної маски, яка сформована та підтримується в процесі соціальних відносин.

В тих випадках, коли користувач обмежує доступ масі незнайомих до власної сторінки, остання залишається відкритою для незначного кола друзів та знайомих, як відкриті для них будь які оновлення та активність користувача, про які в реальному житті друзі та знайомі не могли б дізнатися за жодних обставин.

Основною ознакою сучасного суспільства є його постійний розвиток та трансформація. Інформаційні технології повністю заповнили життя кожного в усіх його сферах. Не виходячи з дому можна отримати будь-яку інформацію, дізнатися новини, поспілкуватися із знайомими та близькими і т.д. [22]

Поряд із можливостями здобувати віртуально освіту, навчатися, працювати, спілкуватися та розвиватися є певні загрози для дорослих та дітей, особливо це стосується молоді, яка є найбільш активною у соціальних мережах.

Надмірна залежність від соціальних мереж призводить до частих проявів тривожності, агресії, яка набирає все більше обертів.

80 % опитуваних дослідниками користувачів соцмереж зізнаються, що не можуть не перевірити сторінку хоча б раз на день, третина опитуваних займається цим з хворобливою залежністю і приходять в жах при думці, що щось трапиться з їх записом. Психологічна залежність від соціальних мереж не менш міцна, ніж у курця від сигарет [35].

В соціальних мережах згідно досліджень почастишали прояви агресивної поведінки. В Україні внаслідок коментарів із закликами до насильства час від

часу блокуються різні спільноти. Про агресію в Мережі свідчать і дослідження щодо булінгу, тобто знуцання та агресія в соціальних мережах (кібербулінг) є причиною розгляду близько 20% судових позовів. Трапляються випадки, коли скривджена особа в мережі, зустрічає свого кривдника в реальному житті і при спробі з'ясування причин цькування стає жертвою і фізичного насилля. Проявами кібербулінгу є агресивні та образливі повідомлення в соціальних мережах (особливо систематичні), розповсюдження в інтернет-середовищі неправдивої інформації, приватної інформації, пліток, фото та відео без згоди тих, хто на них зображений. Як і звичайний булінг, кібербулінг може призвести до серйозних психологічних проблем у людини, яка стала його жертвою [36].

Кібербулінг може завдати психологічного дискомфорту, адже життя багатьох людей сьогодні пов'язане із віртуальним простором. Варто завжди пам'ятати, що віртуальне спілкування лише невелика частина життя.

Відповідно до цього соціальні мережі пропонують різноманітні способи захисту:

- створення «чорних списків»;
- можливість скажитися адміністрації сайтів та спільнот на неприйнятні дії користувачів;
- обмежити коло тих, хто має можливість переглядати публікації;
- переведення сторінки у «приватний» режим;
- поділитися проблемою із близькою людиною та спільно знайти вихід [11].

Агресія притаманна кожній людині і вона лише накопичується, враховуючи умови, в яких ми живемо та ті проблеми, які є у житті кожного. Важливу роль відіграє вміння конструктивно реагувати на агресію, яке притаманне не всім. Соціальні мережі являються віртуальним та певною мірою анонімним простором, де людина може агресію «скинути», ображаючи іншого задля власного полегшення. Перевагою соціальних мереж в таких вчинках є

дистанційність та віртуальність. Повідомлення чи коментарі для багатьох є на багато простішими ніж зауваження віч-на-віч. Це стосується не лише сторонніх, а й рідних та близьких людей, яким неприємні повідомлення засобами соціальних мереж завжди простіше надіслати [8].

Часто агресія в соціальних мережах стосується абсолютно незнайомих людей, до яких усім байдуже, і саме ширма віртуального простору надає більшої вседозволеності.

Негативні коментарі впливають на самооцінку та психологічний стан людини, при чому згідно досліджень коментарі в соціальних мережах більше впливають на жінок, ніж на чоловіків. Через таку особливість соціальні мережі набувають все більшої популярності, оскільки людина приходить туди за задоволенням. Виникає потреба у тому, щоб велика кількість користувачів прокоментували нові фото та надали власні коментарі на ту чи іншу подію. Залежність від оцінки інших висока, тому особа не залежно від бажання, стає занадто чутливою. Відбувається викривлене сприйняття віртуальної реальності, наче це справжнє та значуще життя. І якщо коментар надає навіть незнайома особа, яку за бажання можна заблокувати, довіра до віртуального простору є надмірною та значущою в житті користувача і відповідно призводить до надмірної реакції [27].

Жінки більш чутливі до негативних коментарів у соціальних мережах, оскільки більш залучені до віртуального простору. Також вони більшою мірою себе ідентифікують із різноманітними публічними персонами, блогерами, і вони активніше реагують на різного роду хороші та погані коментарі. Для них це більш важливо ніж для чоловіків.

Варто розуміти, що є люди, які приходять у Мережу поспілкуватися та набратися негативних емоцій. Вони існують у реальному, а тим більше у віртуальному середовищі. Таким людям немає сенсу щось доводити та обґрунтовувати, такі дії є неефективними. Вони прийшли не заради того, щоб

дізнатися думку інших чи дійти до певної істини, а заради задоволення власного запиту на агресію [19].

В сучасному комунікаційному просторі, а саме соціальних мережах простежується тенденція проявів агресивних форм поведінки, особливо серед молоді. Агресія у кіберпросторі є легітимною, так як негативний зворотній зв'язок у соціальних мережах не завжди може бути спрямованим на об'єкт, який викликав у певного комунікатора гнів, це може бути реакція на негативні емоції, які є неможливими у реальному житті і які можуть сприяти хвилі агресивної поведінки у відповідь. Самовідношення та автономія особистості виступають детермінантами агресивної поведінки – цілісне уявлення про себе, узгодженість між усіма компонентами можуть сприяти гармонії самоідентифікації особистості, що в свою чергу впливає на агресивні імпульси або їх трансформацію у конструктивну агресивність, спрямовану на досягнення поставленої мети та подолання труднощів.

Ряд дослідників даної проблеми [3,11,28] у власних спостереженнях відмічають агресивне поводження як компонент образу власного «Я», як уявлення про позитивну роль насилля в житті людини, та засіб запобігання відповідальності за певні рішення та вчинки.

Різні види деструктивної поведінки у соціальних мережах отримали назву «кіберагресія», що означає форму девіантної поведінки у інтернет-середовищі. Сюди відносяться образи, маніпулювання, агресивні висловлювання, переслідування шляхом комунікативних технологій. Як правило, агресори у інтернет-комунікації, розраховуючи на анонімність, не замислюються про відповідальність за власні дії, тобто демонструють певну зверхність, що є свідченням низької автономії особистості. Низький рівень автономії особистості характеризується труднощами при встановленні контактів з оточуючими, проявами соціальної тривожності та невпевненістю у спілкуванні. Така форма поведінки також має назву «феномену соціальної вседозволеності», коли молоді

люди не бояться потенційного покарання, дозволяють собі на багато більше, ніж дозволили б у звичайного житті, де несуть відповідальність та покарання за власні дії та вчинки [6].

Девіантна або агресивна поведінка користувачів Інтернету зазвичай асоціюється саме із соціальними мережами. При цьому вразливість соціальних мереж є недоліком, який особа може використовувати з метою досягнення будь-яких цілей, які є недосяжними у реальному житті та не передбачені для законного використання мережі або системи в цілому.

Варто відмітити, що прояви насилля та агресії в Інтернеті різноманітні та представлені різними видами: електронна мовленнєва агресія, яка спрямована на інших користувачів мережі або групи користувачів Інтернету, онлайн-ігри агресивного та насильницького характеру, загрозна інформація терористичного, релігійного та національного спрямування [5].

Багато дослідників мовленнєвої агресії акцентують увагу на вираженні неприязного ставлення до будь-кого чи будь-чого шляхом вороже налаштованої манери мовлення та приниження гідності особистості. Агресивний тип мовленнєвої поведінки характеризується негативним ставленням до будь-кого, тобто суб'єкт-об'єктний тип спілкування з адресатом. Проявами агресивного ставлення в соціальних мережах є образи, ворожі зауваження, погрози, звинувачення, іронія, закиди і т.д. Це свого роду «наклеювання» ярликів, принизливі характеристики об'єкта агресії, нагнітання негативних асоціацій, обговорення неприємних чи образливих для індивіда характеристик, безпосередні образи та тому подібне.

В науковій літературі прояви агресії на рівні негативних емоцій та почуттів характеризуються як малоусвідомлювана активність, що проявляється в образах та стеріотипах поведінки, які засвоюються особою або на основі наслідування чужих зразків та стеріотипів, або на основі власного досвіду. Така агресивна поведінка на мові сучасних користувачів мережі Інтернет має назву

«кібербулінгу», «інтернет-тролінгу». «Тролінг» розглядається як негативне явище, яке перешкоджає встановленню та відтворенню етичних норм мережевої взаємодії та конструктивної співпраці груп, що проявляється у вигляді різноманітних форм агресивної мовленнєвої поведінки з метою розпалювання конфліктної ситуації.

### **Висновки до розділу**

Віртуальний простір займає дедалі важливіше місце у житті молоді. В силу розвитку технологій інтернету віртуальні соціальні спільноти набувають власних законів та правил взаємодії. Для мільйонів людей соціальні мережі стали тим соціокультурним середовищем, в якому відбувається засвоєння соціальних норм та цінностей. Але, на жаль, ці цінності не завжди співпадають із моральними та правовими нормами.

Окрім іншого, на сьогодні широко розповсюдженими є мережеві спільноти, де розміщуються матеріали неправдивого, ворожого характеру по відношенню до інших людей. Девіантна чи агресивна поведінка користувачів інтернету найчастіше асоціюється саме із соціальними мережами.

Соціальні мережі є майданчиком для людей, які можуть на щось реагувати, оскільки агресія – це накопичене невдоволення всередині кожного, яке рано чи пізно проявляється, тобто у кожного виникають певні проблеми, конфлікти у сім'ї, негаразди на роботі, незадоволення фінансовим становищем і т.д. Постає питання як позбавитися цієї напруги всередині кожного із нас. Для великого відсотку людей саме соціальні мережі виступають платформою для певних реакцій. У суспільстві існує багато дратівливих тем, що мають полярні позиції.

## **РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СПІЛКУВАННЯ СТУДЕНТІВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НА РІВЕНЬ АГРЕСИВНОСТІ.**

### **2.1 Методи та методики дослідження взаємозв'язку агресивності та спілкування в соціальних мережах**

Вплив сайтів соціальних мереж на повсякденне життя інтернет-користувачів важко переоцінити. Соціальні мережі за доволі не тривалий час перетворилися на феномен глобального масштабу. Згідно із даними статистичних порталів, категорія онлайн-сервісів регулярно залучає більшість міжнародної інтернет-аудиторії та понад третину усього населення планети. Кількість часу, яку середньостатистичний користувач проводить на сайтах соціальних мереж за останні декілька років зросла в півтора рази. При чому найактивнішим соціодемографічним сегментом користувачів соціальних мереж є люди віком від 18 до 25 років, тобто молодь студентського віку.

Однією з тенденцій становлення даної вікової категорії осіб є підвищення рівня поширення проблем із психічним здоров'ям. Зокрема дослідниками даної проблематики зафіксовані випадки стресового стану, агресивності та тривожності. Соціально-психологічні дослідження вказують на роль соціальних медіа та виявляють механізми посилення рівня агресивності та стресу через регулярний контакт із відповідним контентом.

З огляду на дані тенденції актуальним є здійснення дослідження наявності зв'язку та ступеня впливу спілкування студентів у соціальних мережах на рівень їх агресивності.

Емпіричне дослідження даної проблематики було проведено серед студентів кафедри соціальної роботи і соціальної педагогіки Хмельницького національного університету. Дослідження проводилося протягом 2023-2024 навчального року, в якому прийняли участь 21 студент 3 курсу та 10 студентів 4 курсу денної форми навчання, усього 31 респондент.

Першим етапом нашої експериментальної роботи стала розробка та аналіз авторської анкети «Ваше ставлення до спілкування в мережі Інтернет» (Додаток А).

Спілкування в соціальних мережах в останні роки стало дуже поширеним явищем, тому є важливим визначення ставлення до них, виявити тривалість часу, проведеного ними в мережі, отримання інформації щодо впливу віртуального спілкування на життя студентів і, як результат, їх фізіологічний та психічний стан.

Анкета містила 14 запитань із запропонованими варіантами відповідей. Отримані результати анкетування представлені в таблиці 2.1

Таблиця 2.1 – Результати анкети «Ваше ставлення до спілкування в соціальних мережах»

№ п/п	Питання анкети	К-сть відповідей			К-сть у %		
		так	ні	інколи			
1	Чи приділяєте Ви час спілкуванню в соціальних мережах	так	ні	інколи	93,5	-	6,5
		29	-	2			
2	Як часто?	до 1 год на день	до 4 год. на день	більше 4 год.	19,4	45,1	35,5
		6	14	11			
3	Який вид діяльності для Вас є основним?	ігри	навчання	творчість	16,1	61,3	12,9
		5	19	4			
4	З якою метою Ви користуєтеся мережею Інтернет	пошук інформації	спілкування	перегляд медіа	45,1	96,8	100
		14	30	31			
5	Якщо спілкуєтеся, то яким чином?	електронна пошта	месенджери	соціальні мережі	35,5	48,4	100
		11	15	31			
6	Віртуальне спілкування	так	ні	іноді	61,3	38,7	51,6
		19	12	16			

	займає більше часу , ніж реальне						
7	Які соціальні мережі використовуєте?	«YouTube»	«Instagram»	«Facebook»	90,3	93,5	51,6
		28	29	16			
8	Що займає більшість часу перебування в соціальній мережі?	перегляд тематичних спільнот	спілкування, нові знайомства	перегляд відеороликів, прослуховування аудіозаписів	38,7	61,3	100
		12	19	31			
9	Хто є Вашими співрозмовниками в мережі?	друзі, рідні	віртуальні друзі	завжди нові знайомі	84	77,4	29
		26	24	9			
10	У Вас більше віртуальних чи реальних друзів?	реальних	віртуальних	приблизно порівно	84	9,7	6,5
		26	3	2			
11	Чим Вас приваблює спілкування в мережі?	доступність	нові знайомства	не приваблює	41,9	51,6	-
		13	16	-			
12	Коли відсутній зв'язок з віртуальним другом – ваші почуття	пригніченість	нормально	засмученість	58	38,7	6,5
		18	12	2			
13	Якщо немає доступу до інтернету – Ваші відчуття	нічого страшного	пригнічений настрій	роздратованість	3,25	90,3	6,5
		1	28	2			
14	Яку кількість часу можна обійтися	менше одного дня	декілька днів	більше тижня	61,3	19,4	19,4

	без інтернету?	19	6	6			
--	----------------	----	---	---	--	--	--

Результати анкетування свідчать про високий відсоток спілкування студентами в соціальних мережах, а саме 93,5% та 6,5% студентів іноді спілкуються в соціальних мережах. Час для віртуального спілкування відповідно до отриманих результатів до 1 години на день, до 4 годин на день та більше 4 годин на день, а це 19,4%, 45,1%, 35,5% відповідно.

Соціальні мережі зазвичай використовують заради пошуку інформації, спілкування та перегляду медіа (45,1%, 96,8%, 100%). В мережі Інтернет студенти спілкуються переважно за допомогою соціальних мереж, месенджерів та іноді електронне листування, стосовно соціальних мереж – тут перевагу надають «YouTube», «Instagram», «Facebook» (90,3%, 93,5%, 51,6%).

На запитання анкети «Що займає більшість часу перебування в соціальній мережі» маємо відповіді: перегляд тематичних спільнот – 38,7%; спілкування та нові знайомства – 61,3%; перегляд відеороликів та прослуховування аудіозаписів – 100 % опитуваних.

Для користувачів соціальних мереж в першу чергу співрозмовниками виступають рідні, друзі (84%), віртуальні друзі (77,4%), завжди нові знайомі – в 29% випадків.

Якщо порівнювати кількість віртуальних та реальних друзів, то отримаємо наступні показники: у 26 студентів із 31 переважають реальні друзі (84%), у 3 – віртуальні – це 9,7 % від загальної кількості, приблизно однакова кількість лише у 6,5% респондентів.

На запитання «Чим Вас приваблює спілкування в мережі?» відповіді розподілилися наступним чином: доступність – 13 студентів (41,9%), нові знайомства – 16 студентів, а це 51,6% від загальної кількості опитуваних.

В процесі анкетування нас цікавило і те, які відчуття виникають у студентів, коли відсутній зв'язок з віртуальним другом або немає доступу до

інтернету. Отримані результати, а саме пригніченість (90,3%), засмученість (6,5%), свідчать про надмірну емоційну залежність від спілкування в соціальних мережах та відповідно гостру реакцію щодо зауважень, коментарів та образливих висловлювань.

Про залежність також свідчать відповіді на останнє запитання, метою якого було з'ясувати максимальну кількість часу, проведеного без інтернету: менше 1 дня – 19 відповідей (61,3%), декілька днів (19,35%) та більше тижня – теж 19,35%.

Інтернет це потужний ресурс, який значно полегшує життя людини та відкриває майже необмежені можливості для самореалізації та саморозвитку, спілкування, навчання, дозвілля. Але поряд з цим тут приховано безліч небезпек, знання яких дозволить їх уникнути.

З метою подальшого дослідження споживанням контенту в соціальних медіа як фактору агресивності в студентському середовищі, нами було застосовано опитувальник «Я та соціальні мережі», який містить 11 запитань із запропонованими варіантами відповідей так або ні.

На запитання опитувальника щодо того чи часто студенти перевіряють сповіщення та повідомлення у соціальних мережах та витрачають на це в середньому 2-3 години на добу, ми отримали переважно стверджувальні відповіді, 29 із 31 (94%). Також вранці спершу перевіряють соціальні мережі, а вже потім підіймаються 84% опитаних. 19,4% відчують злобу, коли не можуть відвідати соціальні мережі та затримуються там не лише для того, щоб відповісти на повідомлення.

Під час виконання роботи, яка не пов'язана із комп'ютером та навчанням, 18 студентів вказали, що відчують потребу бути онлайн та знати останні новини, а це більше половини опитаних, тобто 58% від загальної кількості.

В ході опитування нас зацікавило питання «Чи можете ви оцінювати людей за тим, яка у них сторінка в соціальних мережах?», відповіді на яке розподілилися наступним чином: так – 16, ні – 15 (51,6% та 48,4%).

Також переважна кількість опитаних (71%) ствердно відповіли на запитання про наявність у них браку часу, постійне недосипання, які пов'язані із витраченим часом у соціальних мережах.

Відповіді студентів свідчать також про другорядність реального спілкування та перевищення радості від реакцій на дописи в соціальних мережах від незнайомих людей над реальними здобутками у навчанні (17 надали відповідь «так»).

Ключ опитувальника вказує на те, що якщо відповідь «так» було обрано хоча б три рази, це є свідченням залежності, що в даному випадку підтверджує цей факт.

Коли події, обставини, люди чи види діяльності є значущими для особи, їй притаманна певна прив'язаність та емоційна залежність, то відповідно і виникає гостра реакція на зауваження та негативні відгуки. З огляду на такі обставини використання методики Кімберлі Янг на визначення інтернет-залежності в нашому дослідженні є доречним та актуальним.

Методика Кімберлі Янг на інтернет-залежність була розроблена та апробована в 1994 році професором психології Пітсбурзького університету в якості інструменту для самодіагностики пристрасі до інтернету.

Подібно до будь-якої іншої залежності інтернет-залежність розглядається як феномен поведінкової пристрасі, тобто емоційної залежності від певної форми поведінки. Під час розробки даної методики її автор опиралася на вже наявні діагностичні методики щодо алкозалежності та схильності до азартних ігор.

На її думку, інтернет-залежність можна характеризувати такими основними симптомами:

1. поступове збільшення часу проведеного в інтернеті;
2. зміна форми поведінки;
3. погіршення емоційного самопочуття поза межами інтернет-простору.

На думку Кімберлі Янг адиктивність інтернету можна охарактеризувати трьома основними факторами, а саме доступність інформації, персональний контроль та анонімність інформації, внутрішні почуття, які підсвідомо встановлюють вищий рівень довіри до спілкування онлайн.

Результати діагностики інтернет – залежності представлені на рисунку 2.1

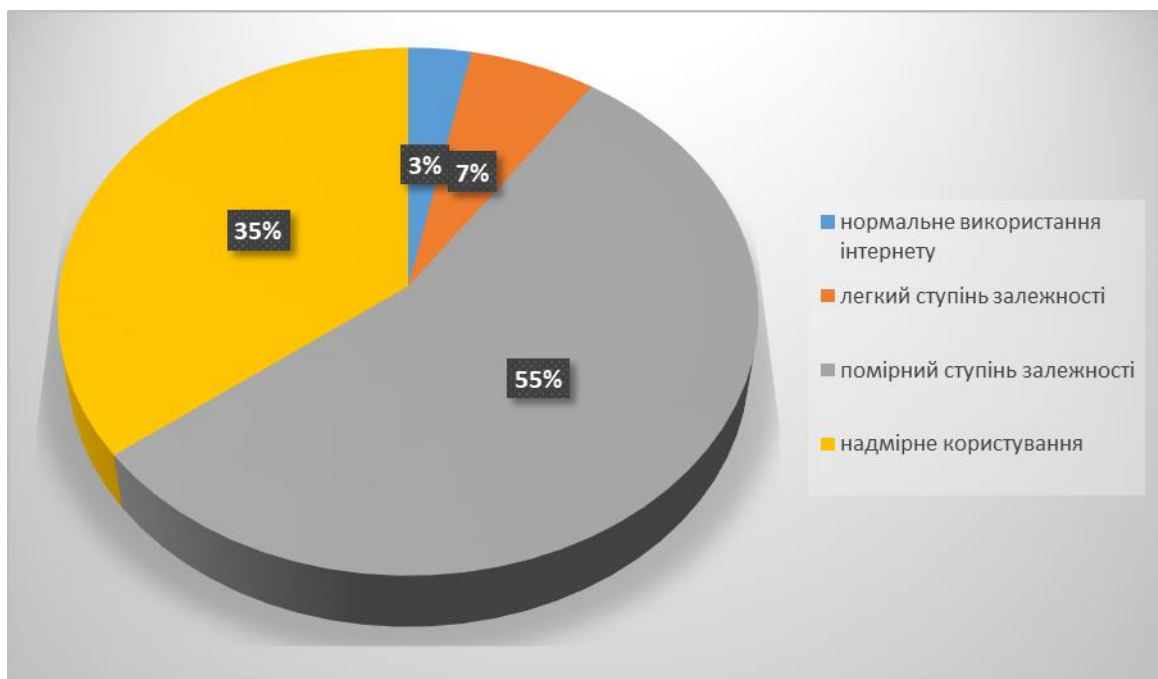


Рисунок 2.1 – Ступінь інтернет-залежності

Лише в одного опитуваного результат становить 30 балів, що свідчить про нормальне використання інтернету (3% від загальної кількості). У двох – результати 35 та 44 бали – легкий ступінь інтернет-залежності, тобто 7 % респондентів.

Далі бали розподілилися наступним чином: від 50 балів до 79 балів – мають результат 17 студентів, а це 55%; від 80 балів до 100 отримали 11 студентів – 35% від загальної кількості респондентів.

Заключним етапом нашої експериментальної частини дослідження стало використання методики визначення агресивних та ворожих реакцій людини А. Басса та А. Дарки (адаптація А.К. Осницького). Цей опитувальник було розроблено у 1957 році і основною його метою є діагностика агресивних та несприятливих реакцій. На думку авторів, під агресивністю можна розглядати властивість особистості, для якої характерними є наявність деструктивних тенденцій, особливо в сфері суб'єкт-суб'єктних відносин. Агресивність має якісну та кількісну характеристики та різну міру вираження: від майже повної відсутності до її граничного розвитку. Кожна людина має володіти певним ступенем агресивності заради уникнення пасивності, конформізму. Але при спілкуванні в соціальних мережах ніколи не варто ображати та принижувати інших інтернет-користувачів, щоб не спровокувати кібербулінг. Агресія проти іншої людини може спровокувати аналогічну реакцію у відповідь та призвести до невідомих наслідків.

Отримані результати діагностичної методики представлені на рисунку 2.2

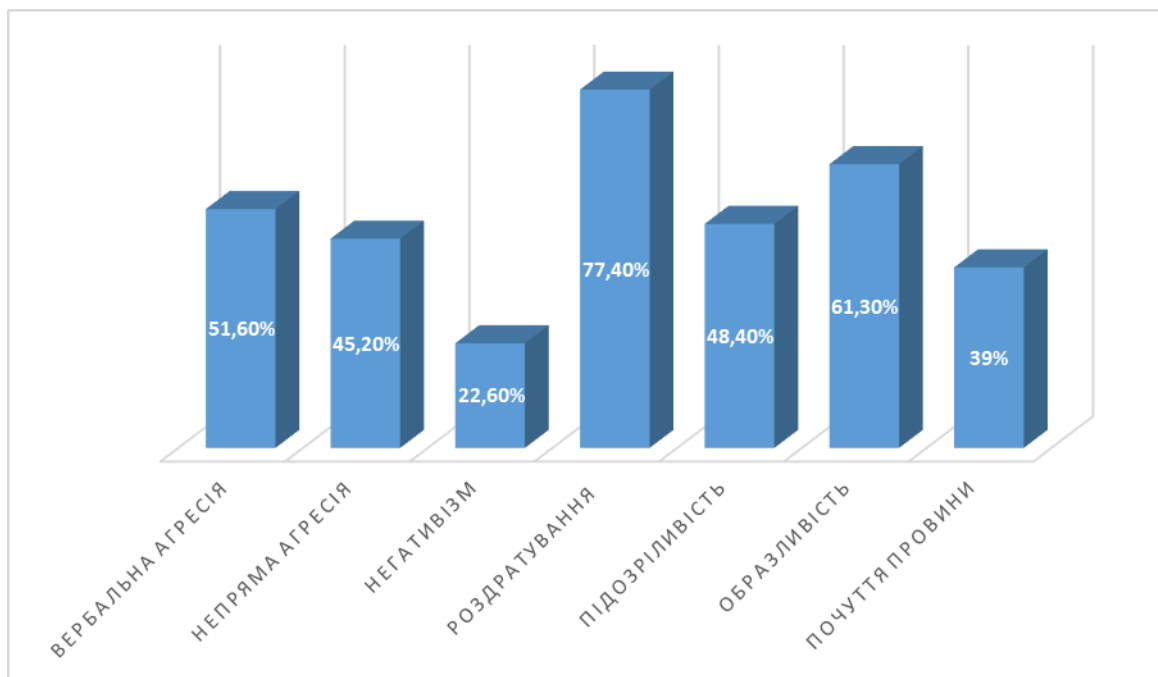


Рисунок 2.2 – Результати діагностичної методики визначення агресивних та ворожих реакцій людини А. Басса та А. Дарки (адаптація А.К. Осницького)

За отриманими результатами можна припустити, що прояви вербальної агресії притаманні 16 опитуваним, 51,6% респондентів тобто здатність до вираження негативних почуттів через такі форми як сварка, крик так і через погрози.

Непряма агресія згідно дослідження притаманна 45,2% опитаним, які мають схильність до використання у непрямий спосіб чуток та пліток; негативізм – опозиційна форма поведінки, яка може виявлятися від пасивного опору до активних дій щодо вимог, правил та законів спостерігається у 22,6% студентів.

Наступним показником нашої методики стали прояви роздратування, схильність до збудження, готовність виявити грубість та запальність, який показав результат 77,4%.

Схильність до недовіри та обережного ставлення до незнайомих людей, впевненість у недобрих намірах оточуючих мають 48,4%, тобто 15 із 31 респондента. Образливість, прояви невдоволення діями оточуючих, заздрощі, гнів за дійсні або уявні вчинки притаманна 19 студентам із 31 опитуваного, а це 61,3% від загальної кількості.

Останнім показником стало почуття провини за недоречні висловлювання, вчинки, про яке заявили 39%.

Такі показники є свідченням того, що споживання контенту соціальних медіа є одним із факторів, завдяки яким молодь формує уявлення про оточуючий світ, стандарти краси та привабливості та підсвідомо зіставляє їх із власною зовнішністю, нормами та правилами поведінки, оточуючим світом. І не завжди запропонована картинка відповідає дійсності, що викликає ряд психологічних явищ, роздратування, негативних думок, висловлювань та критики, наявні певні проблеми із особливостями сприйняття інформації серед споживачів соціальних медіа.

## **2.2 Методичні рекомендації студентам щодо правил спілкування у віртуальному просторі.**

Отримання інформації онлайн – це вже не далека фантазія, а реальність. Усе це стало можливим завдяки Інтернету. Окрім безлічі інформації, мережа значно розширює коло спілкування особливо за допомогою соціальних мереж.

Спілкування у чаті, соцмережах та інших сайтах окрім розширення кола знайомства може приховувати і певну небезпеку.

Щороку 9 лютого відмічають Всесвітній день безпечного Інтернету, проводяться різноманітні заходи з метою залучення до дій кожного, хто відіграє певну роль у створенні кращого інтернету для усіх.

Правила мережного етикету не відрізняються від загальноприйнятих норм людського спілкування.

- ✓ ніколи не надати приватну інформацію про себе та своїх близьких якщо особисто не знайомі із адресатом;
- ✓ не викладати в мережі фото та повідомлення, які можуть зіпсувати репутацію;
- ✓ не реагувати на непристойні та грубі коментарі;
- ✓ не відповідати на рекламні повідомлення, не відкривати вкладені файли та не переходити за посиланнями від незнайомих осіб;
- ✓ не повідомляти паролі від онлайн-сервісів;
- ✓ завжди виходити зі свого облікового запису в онлайн-сервісах, якщо працювали не на власному комп'ютері.;
- ✓ слід бути ввічливим та доброзичливим;
- ✓ завжди вітатися із співрозмовником, дякувати за допомогу;
- ✓ намагатися уникати фраз, які можуть стати причиною конфлікту;
- ✓ перевіряти текст на відсутність граматичних помилок.

## *Правила спілкування в інтернеті або цифровий етикет.*

Цифровий етикет – це система правил, створена людьми для спілкування один з одним в мережі Інтернет.

Згідно статистики, кожен спілкується через інтернет не менше часу ніж наживо. Близько 60% людства вже онлайн і 50% інтернет- трафіку припадає на мобільні пристрої.

Сучасне спілкування перейшло на новий рівень – цифровий.

### **5 правил цифрового етикету.**

- 1. Дотримуватися тих же стандартів та норм поведінки, що і в реальному житті.* Слід пам'ятати, що за екраном знаходяться люди і під час виникнення складної ситуації з точки зору етики слід усвідомити та проаналізувати власні дії у аналогічній ситуації в реальних умовах.
- 2. До незнайомих людей варто звертатися на «ви».* Якщо «стукаєте» до когось в друзі в соціальних мережах або месенджері, необхідно повідомляти хто ви та яка мета ваших дій.
- 3. Не зловживати емодзі.* В інтерне-листуванні складно зрозуміти інтонацію співрозмовника, тому на допомогу приходять смайли та стікери. Але нагромадження емодзі ускладнює читання та розуміння того, що хочете повідомити..
- 4. Не використовуйте CapsLock.* Писати великими літерами – в Інтернеті означає кричати.
- 5. Поважайте час та особистий простір співрозмовника.* Не варто відправляти повідомлення, які містять одне слово, щоб відправити аудіоповідомлення необхідно отримати дозвіл. Для спілкування з колегами слід використовувати робочі дні та години.

### **Це важливо**

Користувачам інтернету може загрозувати

1. спілкування з небезпечними людьми (шахраями, збоченцями);

2. отримання неправдивих, небезпечних або образливих повідомлень;
3. розголошення персональних (конфіденційних) даних;
4. псування особистої репутації (негативний «цифровий слід»);
5. виникнення залежності (ігрової або інтернет-залежності);
6. зараження комп'ютера шкідливими програмами.

### **Пам'ятка про правила спілкування в соціальних мережах**

- Дізнайся про налаштування конфіденційності та обмеж можливості незнайомцям переглядати твою сторінку і надсилати тобі повідомлення.
- Не вказуй свого реального ім'я та прізвища. Краще використовуй псевдонім.
- Дуже вибірково ділися особистими фото та відео і не забувай обмежувати коло людей, які можуть це побачити.
- Пам'ятай: те, що ти пишеш у соціальних мережах, зберігається там назавжди, тому твій коментар може побачити кожний. Пиши онлайн лише те, що сказав би людині під час особистої зустрічі.
- Не приймай участі в обговореннях, якщо розмова починає бути «спекотною».
- Не роби репостів, не бери участі у плітках, політичних дебатах та розмовах, які можуть призвести до конфліктів, сварок та приниження особистості друзів.
- Висловлюючи власну думку в соціальних мережах, не забувай про граматику, пунктуацію та ввічливу форму звертання.

### **Висновки до розділу**

У час інформаційних технологій Інтернет став частиною кожного із нас, усі живуть в соціальних мережах, працюють та ведуть особисте життя. Профіль наповнюється різноманітною інформацією, за стрічкою новин можна дізнатися усе, що цікавить. Знайомі та друзі дізнаються про життя один одного з фотографій та постів.

Соціальні мережі є спеціалізованими сайтами, на яких люди можуть спілкуватися та ділитися інформацією. Є мережі для спілкування, знайомства за інтересами, де кожен має можливість знайти співрозмовників та друзів у певному колі захоплень. Наприклад Instagram, де користувачі діляться власними фото, додають нових друзів та роблять певні коментарі. Кожен, хто тут зареєстрований, розповідає про своє життя за фотографіями: де був, що їв, що одягнув сьогодні і т.д.

На сайті будь-якої соціальної мережі можна знайти правила поведінки на даному ресурсі, з якими погоджуємося та приймаємо після реєстрації. Мова йде про положення про авторське право, конфіденційність та законодавство.

Користувач соціальних мереж не повинен:

- створювати фальшиві акаунти;
- ображати співрозмовників;
- поширювати неправдиву інформацію;
- поширювати рекламну інформацію у вигляді спам-розсилки;
- поширювати шкідливі програми;
- поширювати інформацію, яка пропагує злочинну діяльність, загрози, непристойні матеріали, сцени насилля;
- незаконно розміщувати матеріали третіх осіб без їх згоди.

Користувач зобов'язаний:

- повідомляти про усі порушення адміністрації сайту;
- не надавати логін і пароль від свого облікового запису іншим особам;

- нести повну відповідальність за інформацію, розміщену на його сторінці в соціальних мережах;
- дотримуватися положень законодавства;
- під час реєстрації надавати достовірну інформацію.

Ось як можна охарактеризувати сучасне суспільство та сучасних людей в соціальних мережах.

1. *Консультанти.* До цієї категорії відносяться ті, хто заробляє в інтернеті, постійно розміщують оголошення в своєму аккаунті, напрошуються у друзі, щось пропонують, рекламують та продають.
2. *Тип людина-щастя.* В них на сторінці безліч фотографій з усіх подій, які постійно демонструють щасливе безтурботне життя та викликають заздрощі у інших користувачів.
3. *Тип нещасливої людини в соціальних мережах.* Вони постійно постять важкі цитати та уривки роздумів, сумні картинки та демонструють життя у чорно-сірих барвах.
4. *Людина-загадка.* Профіль такого користувача створений багато років тому, не поновлюється жодними новинами та фото, тобто лежить «мертвим» в соціальних мережах.
5. *Людина-репост.* Вони не часто демонструють власне життя, люблять лише робити репости, тому є нецікавими і їх часто ігнорують.
6. *Блогери.* Такі типи людей пишуть власні роздуми, ідеї, знімають відео та пишуть статті.
7. *Людина-щоденник.* Це користувачі, які постійно накопичують інформацію.
8. *Людина-відлюдник або герой.* Такі люди зустрічаються рідко, вони не зареєстровані у жодній з соціальних мереж, усю необхідну їм інформацію вони дізнаються з перших вуст. У них іноді виникає бажання переглянути

фотографії знайомих з телефону іншого користувача, але вступати в ряди інтернетоманії не мають бажання.

Мережа Інтернет сприймається багатьма як всесвіт вседозволеності та свободи, де не потрібно обмежувати себе будь-якими рамками. Правила спілкування в віртуальному просторі встановлюються самими користувачами. Як і у реальному світі, так і у віртуальному мають бути свої правила спілкування.

Саме від того, як користувачі дотримуються правил спілкування в соціальних мережах, залежить зручність існування в мережі кожного.

### **Висновки до розділу.**

Аналізуючи наукову літературу з проблеми впливу спілкування в соціальних мережах на рівень агресивності нами було проведено емпіричне дослідження, статистичні дані якого було отримано внаслідок наступних діагностичних методик: зокрема представлено аналіз результатів авторської анкети «Ваше ставлення до спілкування в соціальних мережах», що дозволило зробити висновки про високий відсоток спілкування студентами в соціальних мережах та тривалий час віртуального спілкування.

Соціальні мережі використовуються заради пошуку інформації, спілкування та перегляду медіа. В мережі Інтернет студенти спілкуються переважно за допомогою соціальних мереж, месенджерів та іноді електронне листування, стосовно соціальних мереж – тут перевагу надають «YouTube», «Instagram», «Facebook». Для користувачів соціальних мереж в першу чергу співрозмовниками виступають рідні, друзі (84%), віртуальні друзі (77,4%), завжди нові знайомі – в 29% випадків. Найбільше спілкування в соціальних мережах приваблює своєю доступністю та новими знайомствами. Отримані результати, а саме пригніченість (90,3%), засмученість (6,5%), свідчать про

надмірну емоційну залежність від спілкування в соціальних мережах та відповідно гостру реакцію щодо зауважень, коментарів та образливих висловлювань.

З метою подальшого дослідження споживання контенту в соціальних медіа як фактору агресивності в студентському середовищі, нами було застосовано опитувальник «Я та соціальні мережі», який містить 11 запитань із запропонованими варіантами відповідей так або ні. Нам вдалося з'ясувати, що в середньому на соціальні мережі студенти витрачають 2-3 години на добу, зранку першочергово перевіряють соціальні мережі, відчують злобу, коли не можуть відвідати соціальні мережі та затримуються там не лише для того, щоб відповісти на повідомлення. Також переважна кількість опитаних (71%) ствердно відповіли на запитання про наявність у них браку часу, постійне недосипання, які пов'язані із витраченим часом у соціальних мережах.

Відповіді студентів свідчать про другорядність реального спілкування та перевищення радості від реакцій на дописи в соціальних мережах від незнайомих людей над реальними здобутками у навчанні.

Коли події, обставини, люди чи види діяльності є значущими для особи, їй притаманна певна прив'язаність та емоційна залежність, то відповідно і виникає гостра реакція на зауваження та негативні відгуки. З огляду на такі обставини використання методики Кімберлі Янг на визначення інтернет-залежності в нашому дослідженні є доречним та актуальним. Подібно до будь-якої іншої залежності інтернет-залежність розглядається як феномен поведінкової пристрасті, тобто емоційної залежності від певної форми поведінки. Під час розробки даної методики її автор опиралася на вже наявні діагностичні методики щодо алкозалежності та схильності до азартних ігор.

Заключним етапом нашої експериментальної частини дослідження стало використання методики визначення агресивних та ворожих реакцій людини А. Басса та А. Дарки (адаптація А.К. Осницького).

Під час спілкування в соціальних мережах ніколи не варто ображати та принижувати інших інтернет-користувачів, щоб не спровокувати кібербулінг. Агресія проти іншої людини може спровокувати аналогічну реакцію у відповідь та призвести до невідомих наслідків. За отриманими результатами можна припустити, що прояви вербальної агресії притаманні 16 опитуваним, непряма агресія згідно дослідження притаманна 45,2% опитаним, прояви роздратування, схильність до збудження, готовність виявити грубість та запальність показали результат 77,4%, схильність до недовіри та обережного ставлення до незнайомих людей, впевненість у недобрих намірах оточуючих мають 48,4%.

Такі показники є свідченням того, що споживання контенту соціальних медіа є одним із факторів, завдяки яким молодь формує уявлення про оточуючий світ, стандарти краси та привабливості та підсвідомо зіставляє їх із власною зовнішністю, нормами та правилами поведінки, оточуючим світом. І не завжди запропонована картинка відповідає дійсності, що викликає ряд психологічних явищ, роздратування, негативних думок, висловлювань та критики, наявні певні проблеми із особливостями сприйняття інформації серед споживачів соціальних медіа.

Враховуючи популярність соціальних мереж серед молоді, тривалість часу, проведеного онлайн, нами було розроблено та представлено методичні поради щодо правил спілкування у віртуальному просторі.

## ВИСНОВКИ

В процесі теоретичного аналізу дослідження спілкування в соціальних мережах як чинника агресивності в студентському середовищі, нами було опрацьовано літературу вітчизняних та зарубіжних дослідників з даної проблеми, що дає підстави зробити наступні висновки.

Віртуальний простір займає дедалі важливіше місце у житті молоді. В силу розвитку технологій інтернету віртуальні соціальні спільноти набувають власних законів та правил взаємодії. Для мільйонів людей соціальні мережі стали тим соціокультурним середовищем, в якому відбувається засвоєння соціальних норм та цінностей. Але, на жаль, ці цінності не завжди співпадають із моральними та правовими нормами.

Сьогодні широко розповсюдженими є мережеві спільноти, де розміщуються матеріали неправдивого, ворожого характеру по відношенню до інших людей. Девіантна чи агресивна поведінка користувачів інтернету найчастіше асоціюється саме із соціальними мережами. Для великого відсотку людей саме соціальні мережі виступають платформою для певних реакцій.

Вплив сайтів соціальних мереж на повсякденне життя інтернет-користувачів важко переоцінити. Соціальні мережі за доволі не тривалий час перетворилися на феномен глобального масштабу. Згідно із даними статистичних порталів, категорія онлайн-сервісів регулярно залучає більшість міжнародної інтернет-аудиторії та понад третину усього населення планети. Кількість часу, яку середньостатистичний користувач проводить на сайтах соціальних мереж за останні декілька років зросла в півтора рази. При чому найактивнішим соціодемографічним сегментом користувачів соціальних мереж є люди віком від 18 до 25 років, тобто молодь студентського віку.

Аналізуючи наукову літературу з проблеми впливу спілкування в соціальних мережах на рівень агресивності нами було проведено емпіричне

дослідження, статистичні дані якого було отримано внаслідок наступних діагностичних методик: зокрема представлено аналіз результатів авторської анкети «Ваше ставлення до спілкування в соціальних мережах», що дозволило зробити висновки про високий відсоток спілкування студентами в соціальних мережах та тривалий час віртуального спілкування.

Соціальні мережі використовуються заради пошуку інформації, спілкування та перегляду медіа. В мережі Інтернет студенти спілкуються переважно за допомогою соціальних мереж, месенджерів та іноді електронне листування, стосовно соціальних мереж – тут перевагу надають «YouTube», «Instagram», «Facebook». Для користувачів соціальних мереж в першу чергу співрозмовниками виступають рідні, друзі (84%), віртуальні друзі (77,4%), завжди нові знайомі – в 29% випадків. Найбільше спілкування в соціальних мережах приваблює своєю доступністю та новими знайомствами. Отримані результати, а саме пригніченість (90,3%), засмученість (6,5%), свідчать про надмірну емоційну залежність від спілкування в соціальних мережах та відповідно гостру реакцію щодо зауважень, коментарів та образливих висловлювань.

З метою подальшого дослідження споживання контенту в соціальних медіа як фактору агресивності в студентському середовищі, нами було застосовано опитувальник «Я та соціальні мережі», який містить 11 запитань із запропонованими варіантами відповідей так або ні. Нам вдалося з'ясувати, що в середньому на соціальні мережі студенти витрачають 2-3 години на добу, зранку першочергово перевіряють соціальні мережі, відчують злобу, коли не можуть відвідати соціальні мережі та затримуються там не лише для того, щоб відповісти на повідомлення. Також переважна кількість опитаних (71%) ствердно відповіли на запитання про наявність у них браку часу, постійне недосипання, які пов'язані із витраченим часом у соціальних мережах.

Відповіді студентів свідчать про другорядність реального спілкування та перевищення радості від реакцій на дописи в соціальних мережах від незнайомих людей над реальними здобутками у навчанні.

Коли події, обставини, люди чи види діяльності є значущими для особи, їй притаманна певна прив'язаність та емоційна залежність, то відповідно і виникає гостра реакція на зауваження та негативні відгуки. З огляду на такі обставини використання методики Кімберлі Янг на визначення інтернет-залежності в нашому дослідженні є доречним та актуальним. Подібно до будь-якої іншої залежності інтернет-залежність розглядається як феномен поведінкової пристрасті, тобто емоційної залежності від певної форми поведінки. Під час розробки даної методики її автор опиралася на вже наявні діагностичні методики щодо алкозалежності та схильності до азартних ігор.

Заключним етапом нашої експериментальної частини дослідження стало використання методики визначення агресивних та ворожих реакцій людини А. Басса та А. Дарки (адаптація А.К. Осницького).

Під час спілкування в соціальних мережах ніколи не варто ображати та принижувати інших інтернет-користувачів, щоб не спровокувати кібербулінг. Агресія проти іншої людини може спровокувати аналогічну реакцію у відповідь та призвести до невідомих наслідків. За отриманими результатами можна припустити, що прояви вербальної агресії притаманні 16 опитуваним, непряма агресія згідно дослідження притаманна 45,2% опитаним, прояви роздратування, схильність до збудження, готовність виявити грубість та запальність показали результат 77,4%, схильність до недовіри та обережного ставлення до незнайомих людей, впевненість у недобрих намірах оточуючих мають 48,4%.

Такі показники є свідченням того, що споживання контенту соціальних медіа є одним із факторів, завдяки яким молодь формує уявлення про оточуючий світ, стандарти краси та привабливості та підсвідомо зіставляє їх із власною зовнішністю, нормами та правилами поведінки, оточуючим світом. І не

завжди запропонована картинка відповідає дійсності, що викликає ряд психологічних явищ, роздратування, негативних думок, висловлювань та критики, наявні певні проблеми із особливостями сприйняття інформації серед споживачів соціальних медіа.

Враховуючи популярність соціальних мереж серед молоді, тривалість часу, проведеного онлайн, нами було розроблено та представлено методичні поради щодо правил спілкування у віртуальному просторі.

Отже, можна зробити висновок, що усі завдання кваліфікаційного дослідження виконані, мету досягнуто, робота відповідає усім вимогам, які висуваються до написання робіт такого типу.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Афанасьєва В. Педагогічна профілактика агресивної поведінки підлітків в умовах загальноосвітньої школи. Соціальна педагогіка: теорія та практика. 2010. № 2. С. 55–63.
2. Бойко Г.А. Віртуальність як частина життєдіяльності людини сучасності [Електронний ресурс] / Г.А. Бойко. – Режим доступу: <http://intkonf.org/boyko-ga-virtualnist-yak-harakteristika-zhittediyalnostilyudini-21-stolittya>.
3. Бондаренко Т.Г. Способи привернення уваги інтернетаудиторії. Наукові записки Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ, 2016. С. 248–257
4. Богдан М. С. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж. Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування. 2014. С. 25-29.
5. Буйницька О. П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання / О. П. Буйницька. – Харків : Навчальна книга – 2012 – 160 с.
6. Вишневська І. Особливості використання інформації соціальних мереж в інформаційно-аналітичній діяльності. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2015. Вип. 41. С. 521–530.
7. Гвоздик О. Соціальні мережі – вільний обмін думками чи маніпулювання свідомістю? [Електронний ресурс] / О. Гвоздик. – Режим доступу: <http://xpress.sumy.ua/article/society/5700>
8. Гуревич Р. Інтернет і його соціальні мережі в сфері освіти: напрями використання / Р. Гуревич / Зб. наук. пр. III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи» – С. 52-56. – Режим доступу: [http://ubgd.lviv.ua/konferenc-/kon\\_ikt/plen\\_zasid/Gurevuch.pdf](http://ubgd.lviv.ua/konferenc-/kon_ikt/plen_zasid/Gurevuch.pdf)

9. Довженко О. Соціальні медіа як середовище нової медіакритики. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyadyanalyka/sotsialni-media-yakseredovysche-novoyimediakrytyky.html>
10. Долженкова К. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських Інтернет-ЗМІ. URL: <https://kubg.edu.ua/nmc.nd/suchasn-zhurn>.
11. Дубняк К. В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. 2014. 123 с
12. Івашнюва С. В. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті / С. В. Івашнюва // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. – 2012. – № 2. – С. 15-17.
13. Інстаграм як сучасне освітнє середовище [Текст] / А. О. Мірошніченко, О. Л. Шевнюк // Мистецтво та освіта. - 2020. - № 3. - С. 40-45.
14. Замашкіна О. Проблема агресивності підлітків як соціально-психологічне явище сучасності. Теоретичні та методичні аспекти соціальної діяльності : монографія / відп. ред. Л. Данильчук, Л. Романовська. Хмельницький : ФОП Цюпак А., 2020. Т. 4. Розд. 2. С. 45–88.
15. Камінська О. В. Психологічні детермінанти формування інтернет-залежності. Проблеми сучасної психології . 2013. Вип. 22. С. 194- 204.
16. Коган К. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2014. Вип. 16. С. 61–71.
17. Користування сайтами соціальних мереж та рівень стресу: дослідження серед студентів НаУКМА / Роман Любенко, Катерина Мальцева // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2019. - № 3. - С. 159-178
18. Кулик НьюМешканці мереж - хто вони?/Н Кулик//Освіта України, 2013 №12 с.8
19. Литвинова І. Соціальна сторінка в мережі Facebook. URL: <https://www.facebook.com/irishka.skalyga>.

- 20.Мордюк А.О. Вплив соціальних мереж на контент телевізійних випусків новин. Наукові записки Інституту журналістики : зб. наук. пр. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2014. № 57. С. 152–156
- 21.Орлова, Ванда. Соціальні мережі - комунікативний канал XXI століття / В.Ю. Орлова // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 2. - С. 13-18. - Библиогр.: с. 18
- 22.Почепцов Г. Інформаційна війна як інтелектуальна війна [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13303>
- 23.Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика : навчальний посібник. Львів : ПАІС, 2010. 246 с
- 24.Романуха З. Університетські бібліотеки України в соціальних мережах / З. Романуха // Бібліотечний вісник. - 2014. - № 1. - С. 12-16.
- 25.Рудкевич Н. Методика соціально-педагогічної роботи : навчально-методичний посібник. Львів: Растр-7, 2021. 324 с.
- 26.Самсонов М. Реклама бібліотек в онлайн-соціальних мережах / М. Самсонов // Наук. пр. Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. - К., 2012. - Вип. 33. - С. 532-542.
- 27.Сибиряков С. Соціальні медіа як середовище архетипного впливу на масову свідомість [Електронний ресурс] / С. Сибиряков. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2013-1/doc/4/08>. Pdf
- 28.Сибиряков С.О. Комунікативні практики у державному правлінні в контексті розвитку інформаційного суспільства [Текст] / С.О. Сибиряков // Публічне управління: теорія та практика : зб. наук. праць Асоціації докторів наук з державного управління. – Х.: Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2010. – № 3-4. – С. 112-119.

- 29.Сергєєва К. Профілактика агресивної поведінки підлітків у центрах соціально-психологічної реабілітації: автореф. дис. ... канд. псих. наук. Київ, 2016. 24 с.
- 30.Соціальна педагогіка : словник-довідник / за заг. ред. Т. Алексєєнко. Вінниця : Планер, 2009. 542 с.
- 31.Соціальні мережі як інструмент управління репутацією [Текст] / Ю. Савченко // Маркетинг в Україні. - 2013. - № 1. - С. 17-18.
- 32.Соціальні мережі чи соціальні тенета [Текст] : членство в популярних серед підлітків Facebook, Twitter та ВКонтакте стає реальною загрозою для їхнього життя / О. Зенталь // Урядовий кур'єр. - 2013. - № 85. - С. 9
- 33.Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : [монографія]/ [О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім.В.І. Вернадського . – К., 2014 . – 260 с
- 34.Стадний інстинкт допомагає маніпулювати масами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// ukrnews.com/tainstvenoe/stadnii-nstinkt-dopomagan-pulyuvati-masami.html](http://ukrnews.com/tainstvenoe/stadnii-nstinkt-dopomagan-pulyuvati-masami.html)
- 35.Статистичні дані досліджень 2020 року. URL: <https://marketer.ua/ua/the-most-popular-social-networksin-the-world>
- 36.Стьопкіна А., Стьопкін А., Трубник, І. Інтернет як засіб впливу інформаційних технологій на ціннісні орієнтації молоді. Донбаський державний педагогічний університет. 2021. С. 362-372.
- 37.Сумський інформаційний портал [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://xpress.sumy.ua/>.
- 38.Таланчук О.Б. Образ бібліотеки у соціальних мережах. Імідж книгозбірні та бібліотечного працівника в сучасному суспільстві. URL: [http://lib.khnu.km.ua/about\\_library/metodob/Buletен15/buletен15.htm#tal](http://lib.khnu.km.ua/about_library/metodob/Buletен15/buletен15.htm#tal)

- 39.Шульська Н. М. Соціальні мережі як ефективне середовище викладацько-студентської комунікації в навчальному процесі. Інформаційні технології і засоби навчання. 2017. Вип. 2. С. 155-168
- 40.Ellering N. 30 Social Media Engagement Tactics That Will Boost Shares And Conversions. URL: <https://coschedule.com/blog/social-media-engagement-tactics/>.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Анкета «Ваше ставлення до спілкування в мережі Інтернет»

Спілкування в соціальних мережах в останні роки стало дуже поширеним явищем, тому є важливим визначення ставлення до нього серед студентів та отримання інформації про вплив віртуального спілкування на їх життя.

В анкеті потрібно обрати запропонований варіант відповіді.

**Мета анкети** – виявити ставлення опитуваних до спілкування в Інтернеті в цілому та виявлення кількості часу, проведеного ними в мережі і, як результат, їх фізіологічний та психічний стан.

Анкета складається з 14 запитань, відповідаючи на які потрібно обрати одну із запропонованих відповідей.

1. Чи приділяєте ви час спілкуванню в мережі Інтернет?

- а) так
- б) ні
- в) інколи

2. Як часто?

- а) до 1 години в день
- б) до 4х годин в день
- в) більше 4х годин

3. Який вид діяльності для вас є основним?

- а) ігрова діяльність
- б) навчальна діяльність
- в) творча діяльність

4. З якими цілями ви користуєтесь мережею Інтернет?

- а) пошук інформації
- б) спілкування з друзями
- в) перегляд мультимедіа

5. Якщо спілкуєтесь, то яким чином?

- а) електронна пошта
- б) месенджери (скайп\вiber і тд.)

Продовження додатку А

в) соціальні мережі

6. Віртуальне спілкування займає більше часу, ніж реальне?

- а) так
- б) ні
- в) інколи

7. Які соціальні мережі ви використовуєте?

- а) «YouTube»
- б) «Instagram»
- в) «Facebook»

8. Що займає більшість часу перебування у соціальній мережі?

- а) перегляд тематичних спільнот
- б) спілкування з друзями
- в) пошук нових знайомств
- г) перегляд відеороликів
- д) прослуховування аудіозаписів

9. Хто є вашими співрозмовниками в мережі Інтернет?

- а) друзі та рідні з реального життя
- б) віртуальні друзі
- в) завжди нові люди

10. У вас більше віртуальних чи реальних друзів?

- а) віртуальних
- б) реальних

11. Чим вас приваблює спілкування в мережі?

- а) доступність
- б) зацікавленість у нових знайомствах
- в) не приваблює

12. Якщо відсутній зв'язок з віртуальним другом, як ви себе почуваете?

а) пригнічено

Продовження додатку А

б) нормально

в) засмучено

13. Як ви себе почуваете, коли у вас не має доступу до мережі Інтернет?

а) нормально

б) пригнічений настрій

в) роздратованість

14. Яку кількість часу ви змогли б прожити без Інтернету?

а) менше одного дня

б) кілька днів

в) більше тижня

Дякую за участь!

## Додаток Б

### Опитувальник «Я та соціальні мережі»

Вік \_\_\_\_\_ Стать \_\_\_\_\_

Дайте відповіді на запитання. Варіанти відповіді: ТАК або НІ

#### Запитання:

1. Ви часто перевіряєте сповіщення чи повідомлення у соціальній мережі?
2. Ви витрачаєте на соцмережі в середньому 2–3 години на день і помічаєте певну ізоляцію від реальності?
3. Вранці ви спершу перевіряєте соціальні мережі, а вже потім – піднімаєтеся і виконуєте ранкові процедури?
4. Ви нервуєте, панікуєте чи відчуваєте злобу, коли не можете відвідати соціальні мережі?
5. Чи помічали ви, що, заходячи до соціальної мережі лише для того, щоб відповісти на повідомлення, затримуєтеся там надовго?
6. Виконуючи роботу, не пов'язану з комп'ютером чи Інтернетом, ви відчуваєте потребу бути онлайн та знати останні новини?
7. Ви можете оцінювати людей за тим, яка у них сторінка у соціальних мережах?
8. Чи помічали ви, що постійно відчуваєте брак часу?
9. Ви пізно лягаєте спати та скаржитеся на постійне недосипання?
10. Чи помічали ви, що реальне спілкування відходить на другий план у порівнянні з соціальними мережами?
11. Радість від реакції інших людей на ваші дописи у соцмережах значно вища, ніж від отримання високої оцінки в університеті?

**Порахуйте скільки разів ви відповіли ТАК і запишіть нижче.**

**ТАК = \_\_\_\_\_**

**Ключ.**

Якщо ви відповіли «так» хоча б на три запитання – вам варто замислитися, адже залежність уже поряд.

## Додаток В

### Тест Кімберлі Янг на інтернет-залежність

1. Чи часто ви помічаєте, що проводите онлайн більше часу, ніж планували?  
А) Ніколи  
Б) Дуже рідко  
В) Іноді  
Г) Часто  
Д) Завжди
2. Чи часто ви нехтуєте домашніми справами, щоб провести більше часу в мережі?  
А) Ніколи  
Б) Дуже рідко  
В) Іноді  
Г) Часто  
Д) Завжди
3. Чи вважаєте ви, що з людиною легше спілкуватися "онлайн", ніж особисто?  
А) Ніколи  
Б) Дуже рідко  
В) Іноді  
Г) Часто  
Д) Завжди
4. Чи часто ви заводите знайомства з іншими користувачами інтернету?  
А) Ніколи  
Б) Дуже рідко  
В) Іноді  
Г) Часто  
Д) Завжди
5. Чи проводите ви в мережі більше 3-х годин на день?  
А) Ніколи  
Б) Дуже рідко  
В) Іноді  
Г) Часто  
Д) Завжди

6. Чи страждають ваші успіхи у навчанні чи роботі, через те, що ви занадто багато часу проводите у мережі?

Продовження додатку В

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

7. Чи часто ви перевіряєте соціальні мережі раніше, ніж зробите щось інше, більш необхідне?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

8. Чи говорили вам друзі або члени сім'ї, що ви занадто багато часу проводите "онлайн"?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

9. Чи часто ви приховуєте те, чим ви займаєтеся в мережі?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

10. Чи часто ви тікаєте від думок про ваше реальне життя, проводячи час онлайн?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

11. Чи часто ви з нетерпінням чекаєте можливості скористатись інтернетом?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко

Продовження додатку В

- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

12. Чи часто ви відчуваєте, що життя без інтернету нудне, порожнє і безрадісне?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

13. Чи часто ви дратуєтесь, коли хтось намагається відволікти вас від перебування у мережі?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

14. Чи часто ви нехтуєте сном, засиджуючись в інтернеті допізна?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

15. Чи траплялося Вам нехтувати прийомом їжі або їсти прямо за комп'ютером/смартфоном, щоб залишитися в мережі?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

16. Чи часто ви говорите собі "ще хвилинку", перебуваючи онлайн?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко

- В) Іноді
- Г) Часто

Продовження додатку В

Д) Завжди

17. Чи часто вам не вдається скоротити час в мережі, незважаючи на всі зусилля?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

18. Чи часто ви намагаєтеся приховати справжню кількість часу, який ви проводите в мережі?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

19. Чи часто ви обраєте провести час в інтернеті, замість того, щоб піти кудись із друзями?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

20. Чи часто ви відчуваєте депресію, пригніченість або роздратування, будучи не в мережі та відзначаєте, що цей стан проходить, як тільки ви опиняєтеся онлайн?

- А) Ніколи
- Б) Дуже рідко
- В) Іноді
- Г) Часто
- Д) Завжди

**Ключ**

Кожне питання оцінюється за 5 бальною шкалою. Максимальний бал дорівнює 100

0-30 балів – нормальне використання інтернету;

31-49 балів – легкий ступінь інтернет-залежності;

50-79 балів – помірний ступінь інтернет-залежності;

80-100 балів – надмірне користування інтернетом

## Додаток Г

### **Методика визначення агресивних та ворожих реакцій людини А. Басса та А. Дарки (адаптація А.К. Осницького)**

Особистісний опитувальник, розроблений А. Бассом і А. Дарки в 1957 р. і призначений для діагностики агресивних і несприятливих реакцій. На думку авторів, під агресивністю можна розуміти властивість особистості, що характеризується наявністю деструктивних тенденцій, в основному в області суб'єктно-суб'єктних відносин. Агресивність має якісну і кількісну характеристики. Як і всяка властивість, вона має різну міру вираженості: від майже повної відсутності до її граничного розвитку. Кожна людина повинна володіти певним ступенем агресивності. Відсутність її веде до пасивності, відомості, конформності і т. д.

#### **Процедура дослідження**

Пропонується прочитати твердження і з'ясувати, наскільки воно відповідає стилю поведінки, способу життя досліджуваного, та дати відповідь: "так", "мабуть, так", "мабуть, ні", "ні".

#### **Текстовий матеріал**

1. Іноді я не можу подолати бажання комусь нашкодити.
2. Іноді я можу пліткувати про людей, яких недолюблюю.
3. Я легко роздратовуюсь, але й легко заспокоююсь.
4. Якщо мене не улестити, прохання не виконаю.
5. Не завжди одержую те, на що маю право.
6. Знаю, що люди говорять про мене за моєю спиною.

7. Якщо не схвалюю вчинки інших людей, даю їм це відчути.

Продовження Додатку Г

8. Якщо обманюю когось, відчуваю почуття провини.

9. Мені здається, що я здатен ударити людину.

10. Ніколи не нервуюся настільки, щоб кидати речі.

11. Завжди розумію чужі недоліки.

12. Коли встановлене правило не подобається мені, хочу його порушити.

13. Інші люди завжди вміють використовувати сприятливі обставини.

14. Мене непокоять люди, які ставляться до мене надто дружньо.

15. Часто не погоджуюся з людьми.

16. Іноді міркую над безсоромними речами.

17. Якщо хтось ударить мене, я йому не відповім.

18. Коли я розгніваний, я грюкаю дверима.

19. Я більше роздратований, ніж здається.

20. Якщо хтось намагається керувати мною, я роблю все навпаки.

21. Мене пригнічує моя доля.

22. Вважаю, що деякі люди мене не поважають.

23. Не можу втриматися від суперечки, якщо люди не згодні зі мною.

24. Уникання роботи повинно викликати почуття провини.

25. Хто грубо ставиться до мене або моєї сім'ї, буде обов'язково покараний.

26. Я не здатен на грубі жарти.

27. Мене охоплює гнів, коли наді мною насміхаються.

28. Коли люди виставляють себе керівниками, я намагаюся довести їм протилежне.

Продовження Додатку Г

29. Майже щотижня бачу когось із тих, хто мені не подобається.

30. Дуже багато людей заздять мені.

31. Вимагаю, щоб люди поважали мої права.

32. Мене пригнічує факт, що я мало чого роблю для своїх батьків.

33. Люди, які постійно дратують мене, заслуговують на ляпас.

34. Від злості іноді буваю похмурим.

35. Якщо до мене ставляться гірше, ніж я на те заслуговую, я не засмучуюсь.

36. Якщо хтось намагається порушити мій настрій, я не звертаю уваги.

37. Іноді я дуже заздрю, хоча й не показую цього.

38. Іноді мені здається, що наді мною насміхаються.

39. Навіть коли злюся, не вдаюся до “міцних” виразів.

40. Хочу, щоб мої гріхи були пробачені.

41. Якщо хтось ударить мене, лише інколи даю здачі.

42. Ображаюся, коли не виходить по-моєму.

43. Іноді люди дратують мене своєю присутністю.

44. Немає такої людини, до якої б я відчував ненависть.

45. Мій принцип: “Ніколи не довіряй чужинцям”.

46. Якщо хтось дратує мене, я ладен сказати про нього все, що думаю.

47. Роблю багато такого, про що потім жалкую.

48. Якщо злюся, можу вдарити кого-небудь.

49. З десятирічного віку у мене не було сплесків гніву.
50. Часто відчуваю себе так, ніби ось-ось вибухну.

Продовження Додатку Г

51. Якби люди знали, що я відчуваю, мене б вважали важкою людиною.
52. Завжди думаю про те, які приховані причини змушують людей робити щось приємне для мене.
53. Коли на мене кричать, я кричу у відповідь.
54. Невдачі пригнічують мене.
55. Встряваю у бійки не більше й не менше за інших.
56. Можу пригадати такі випадки, коли хапав якісь речі та ламав їх від гніву.
57. Іноді відчуваю, що можу першим почати бійку.
58. Іноді відчуваю, що життя до мене несправедливе.
59. Раніше вважав, що більшість людей говорить правду, тепер так не вважаю.
60. Сварюся тільки зі злості.
61. Коли щось вчиняю неправильно, то відчуваю провину.
62. Якщо для захисту своїх прав треба застосувати силу, я її застосовую.
63. Іноді виражаю свій гнів тим, що стукаю по столу.
64. Буваю грубим із людьми, які мені не подобаються.
65. У мене немає ворогів, які б намагалися скривдити мене.
66. Не вмію поставити людину на місце, навіть коли вона на це заслуговує.
67. Часто думаю, що живу неправильно.
68. Знаю людей, які здатні довести мене до бійки.
69. Не переймаюся через дрібниці.

70. Мені рідко здається, що люди намагаються зробити мені щось погане.
71. Часто погрожую людям, не маючи наміру виконати погрози.

Продовження Додатку Г

72. Останнім часом я став занудою.
73. У розмові часто підвищую голос.
74. Намагаюся приховувати погане ставлення до людей.
75. Краще погоджуся, ніж сваритимуся.

**Ключ до тесту**

“1” - фізична агресія - використання фізичної сили проти іншої людини.

“2” - вербальна агресія - вираження негативних почуттів як через форму (сварка, крик, вереск), так і через зміст мовних звертань до інших (погрози, прокляття).

“3” - непрямая агресія - використання у непрямий спосіб чуток, пліток та вияв афектів у криках, тупотінні ногами.

“4” - негативізм - опозиційна форма поведінки, спрямована проти авторитетів та керівництва, яка може виявлятися від пасивного опору до активних дій проти вимог, правил, законів.

“5” - роздратування-схильність до збудження, готовність виявити грубість, запальність.

“6” - підозріливість - схильність до недовіри та обережного ставлення до людей, упевненість у недобрих намірах оточуючих.

“7” - образливість - вияв ненависті до оточуючих та заздрості, що обумовлено почуттям гніву, незадоволеності однією людиною або всім світом за дійсні або уявні страждання.

“8” - почуття провини - ставлення та дії щодо себе або оточуючих, які переконані в тому, що досліджуваний є поганою людиною або діє неправильно: безсовісно, некорисно, зле.

Продовження Додатку Г

«1»	«3»	«5»	«4»	«7»	«6»	«2»	«8»
1+	2+	3+	4+	5+	6+	7+	8+
9-	10+	11-	12+	13+	14+	15+	16+
17-	18+	19+	20+	21+	22+	23+	24+
25+	26-	27+	28+	29+	30+	31+	32+
33+	34+	35-	36-	37+	38+	39-	40+
41+	42+	43+		44+	45+	46+	47+
48+	49-	50+		51+	52+	53+	54+
55+	56+	57+		58+	59+	60+	61+
62+	63+	64+			65-	66-	67+
68+		69-			70-	71+	
		72+				73+	
						74-	
						75-	
<i>K=11</i>	<i>K=13</i>	<i>K=9</i>	<i>K=20</i>	<i>K=13</i>	<i>K=11</i>	<i>K=8</i>	<i>K=11</i>

**Обробка та оцінювання результатів**

Відповіді “так” і “мабуть, так” об’єднуються, так само і відповіді “мабуть, ні” та “ні”.

У випадку збігу відповіді з ключем, ставиться 1 бал. Сума балів, помножена на коефіцієнт, вказаний внизу таблиці кожного параметру агресивності, дає можливість одержати нормовані показники, які характеризують індивідуальні й групові результати (нульові значення не враховуються).

**Сумарні показники:**

(“1” + “2” + “3”): 3 = ІА - індекс агресивності;

(“6” + “7”): 2 = ІВ - індекс ворожості.

