

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СУЧАСНОГО СУБ'ЄКТА

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE MODERN ENTITY

Стаття присвячена дослідженню впливу соціальних мереж на сучасну людину, на її ціннісні орієнтири, установки й індивідуальні стани. Емпіричне дослідження продемонструвало збіг деяких домінуючих нормативних та індивідуальних пріоритетів особистості, а саме: «самостійність», «безпека» й «гедонізм». Також виявлено збіг ціннісних пріоритетів із низькими значеннями – «конформність» і «традиції». Завдяки анкетуванню виділено основні показники, що відображають суттєвий вплив на фактор користування Інтернетом, – години та вік людини. За допомогою методики «Опитувальник особистісних станів» (А. Джерсайлд) виявлено панівні стани/установки, якими стали «ворожий настрій» (3,35), «розбіжність між реальним та ідеальним я» (3,2), «відчуття безглуздості існування» (3,15) і «свобода волі» (3,05). За допомогою кореляційного аналізу розкрито специфіку взаємозв'язку між показником «години» та шкалами методики Кеттелла: фактор В ($p=0,227$), фактор F ($p=0,397$), фактор I ($p=0,065$), фактор Q4 ($p=0,260$), фактор F1 ($p=0,259$) і фактор F4 ($p=0,003$). Порівняння показника «години» та шкал опитувальника «Психічні стани особистості» (А. Джерсайлд) продемонструвало, що існує прямий зв'язок за шкалами «самотність» ($p=0,343$), «безглуздість існування» ($p=0,179$) і «безнадійність» ($p=0,386$). Вивчаючи зв'язок між показником «години» та шкалами за методикою Шварца, отримали зв'язок між цінностями, що орієнтовані на відчуття влади, безпеки, а також гедоністичної позиції, і кількістю годин, проведених у соціальних мережах. При цьому спостерігається негативний зв'язок із показником «самотність», тобто певна залежність людини від соціальних мереж.

Ключові слова: соціальні мережі, психічний стан особистості, ціннісні орієнтири, профіль особистості, години, вік.

The article is devoted to the study of the influence of social networks on a modern person, his values attitudes and individual states. Empirical studies have demonstrated the coincidence of certain normative and individual priorities of the individual, namely: "independence", "security", "hedonism". Coincidence of value priorities with low values – "conformity" and "traditions" was also revealed. With the help of surveys, key indicators were determined that reflect a significant influence on the use of the Internet – hours and a person's age. With the help of the "Questionnaire of personal states" (A. Jersild), the dominant states/attitudes were revealed, including "hostile attitudes" (3.35), "discrepancy between the real and ideal self" (3.2), "a sense of the meaninglessness of existence" (3.15), and "free will" (3.05). Correlation analysis revealed the specificity of the relationship between the "hour" indicator and the scales of the Kettle method: factor B (intelligence, $p=0.227$), factor F (restraint/impulsivity, $p=0.397$), factor I (rigidity/sensitivity, $p=0.065$), factor Q4 (tension/relaxation, $p=0.260$), factor F1 (anxiety, $p=0.259$), and factor F4 (dominance, $p=0.003$). A comparison of the "hour" indicator and the scales of the questionnaire A. Jersild showed a direct relationship on the scales of "loneliness" ($p=0.343$), "meaninglessness of existence" ($p=0.179$) and "hopelessness" ($p=0.386$). The study of the relationship between the "hours" and the scales according to Schwartz's methodology revealed a relationship between the values focused on a sense of power, security, and also the hedonistic position, and the number of hours spent on social networks. In addition, there is a negative correlation with the "independence" indicator, which indicates a certain dependence of individuals on social networks.

Key words: social networks, mental state of the individual, value orientations, personality profile, hours, age.

УДК 316.6:316.472.4
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2023.52.24>

Кокоріна Ю.Є.

к.психол.н., доцент,
доцент кафедри загальної психології
та психології розвитку особистості
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова

Постановка проблеми. У сучасному світі дедалі більшого значення для життєдіяльності людини набуває віртуальне середовище, зокрема соціальні мережі, які стають джерелом інформації, способом спілкування, професійного й особистого розвитку людини, а також способом розваги. Варто зазначити, що, як будь-який феномен, соціальні мережі, крім позитивного впливу, залишають і негативний слід у житті людини: залежність від їх використання, агресивні форми комунікації тощо.

Досить багато вчених зосереджувалися на вивченні й аналізі проблем віртуального середовища (Р. Алєн, П. Бурдьє, Д. Белл, Б. Ван Дер Хейд, Г. Зімел, І. Кононов, А. Лефєвр, С. Романенко, А. Турєн та ін.). Розуміння процесів «інтернетизації» та віртуалізації сучасного суспільства викладено в роботах З. Баумана, В. Бабєнка, А. Бюля, А. Бєссараб, Д. Іванова, С. Кастельса, Н. Покровського, Г. Рейнгольда, Б. Уєллмана та ін.

Про особливості й властивості соціальних мереж як нового типу спільнот, що виникають і функціонують у кіберпросторі, говорять О. Белінська, В. Бондаровська, Т. Галіч, Є. Нєстєрова, В. Нєстєров, В. Сілаєва та ін. Психологічні феномени міжособистісної взаємодії, опосередкованої новітніми інформаційними технологіями, вивчали І. Кузнєцова, Б. Лазорєнко, Т. Ларіна, Г. Миронєнко, Л. Найдєнова, О. Петрунько, В. Посохова, Х. Турєцька, М. Яворський та ін.

Варто зазначити, що погляди науковців щодо проблеми впливу віртуального середовища на особистість збігаються в думці, що люди, особливо молодь, стають залежними від соціальних мереж, що пов'язано з прагненням змінити непередбачуваний світ реальності на ідеальний, передбачуваний.

Метою статті є вивчення впливу соціальних мереж на сучасного суб'єкта, зокрема основних факторів особистості, цінностей,

сенсожиттєвих орієнтирів та особистісних станів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення мети обрано психодіагностичний інструментарій, а саме: багатофакторний опитувальник Т. Кеттелла, ціннісний опитувальник Ш. Шварца, опитувальник особистісних станів А. Джерсайлда, а також опитувальник, який включав такі запитання: вік; статус (заміжній/одружений/самотній); зайнятість (робота/навчання); освіта (вища, середня-спеціальна, середня); скільки годин у місяць у вас займають соціальні онлайн мережі; скільки у вас друзів (багато/мало); як часто ви зустрічаєтеся з друзями (у місяць); як часто ви зустрічаєтеся з рідними (у місяць).

Вибірка респондентів становила 60 осіб обох статей у віці від 20 до 40 років, до якої ввійшли студенти, працівники різних фахів, а також матері, які перебувають у декреті.

Перш ніж досліджувати зв'язок сенсожиттєвих орієнтирів із соціально-психологічними установками, варто зазначити, що цей зв'язок має двовекторний характер, тобто й сенси життя, і когнітивні установки формуються завдяки прийняттю людиною певних соціально-культурних норм, які утворює саме суспільство, а отже, і людина. Іншими словами, спираючись на погляди К. Левіна, можна зазначити, що цей контекст є середовищем, у якому перебуває, живе та який формує сама людина. Це психологічне поле, у котрому відбудовуються певні взаємовідносини з навколишнім середовищем, із самим собою, артикулюються сенсожиттєві орієнтири, установки, світоглядна позиція особистості.

Отже, завдяки аналізу інструментальних цінностей за методикою «Ціннісний опитувальник» (Ш. Шварц) створено профіль цінностей особистості, який зображено на діаграмі (рис. 1).

Отже, провідними нормативними цінностями стали такі: «самостійність» (5,17), «безпека» (5,05) і «гедонізм» (5); на другому місці

опинилися «досягнення» (4,86), «доброта» (4,77), «універсалізм» (4,31) і «стимуляція» (4,08); третє місце посіли такі цінності: «конформність» (3,85), «влада» (3,73) і «традиції» (3,58).

Можна припустити, що як фундаментальні орієнтири в суспільстві особистість обирає те, що дає їй можливість самостійно структурувати форму власного життя, у яку входить не тільки робота, а й відпочинок. Потреба особистості в безпеці співвідноситься з ідеєю як психодинамічного, так й гуманістичного підходів, які розглядають бажання безпеки та самостійності як основоположні метапотреби людини (Д. Віннікотт, К. Хорні, Е. Фромм, А. Маслоу). Цікавою є актуалізація цінності «гедонізм», яку можна проінтерпретувати згідно з положеннями структурно-конструктивістського підходу, що розглядає існування людини через призму підпорядкованості загальному конструкту культури, який наголосив примат обов'язковості бажати й отримувати задоволення від усіх форм прояву особистості (Т. Адорно, М. Фуко, Ж. Дерріда та ін.). Так традиції стають тим конструктом суспільства, який поступово втрачає колишню вагу.

Стосовно профілю особистості щодо індивідуальних пріоритетів, то по декількох типах цінностей спостерігаються зміни. Дані представлені на діаграмі (рис. 2).

Отже, як видно з наведеної вище діаграми, пріоритетними індивідуальними цінностями стали «самостійність» і «гедонізм», у яких спостерігається однакові середні значення – 2,65, а також «безпека» (2,48) і «досягнення» (2,25).

Такі цінності, як «доброта» й «універсалізм», теж мають однакові середні значення – 2,06. «Стимуляція» (1,8), «конформність» (1,62) і «традиції» (0,9) мають більш низькі показники.

Окрім основних методик, які обрано згідно з формульованою метою, проаналізовано відповіді на анкету.

Після підрахунків отримано такі результати, які подані в таблиці 1.

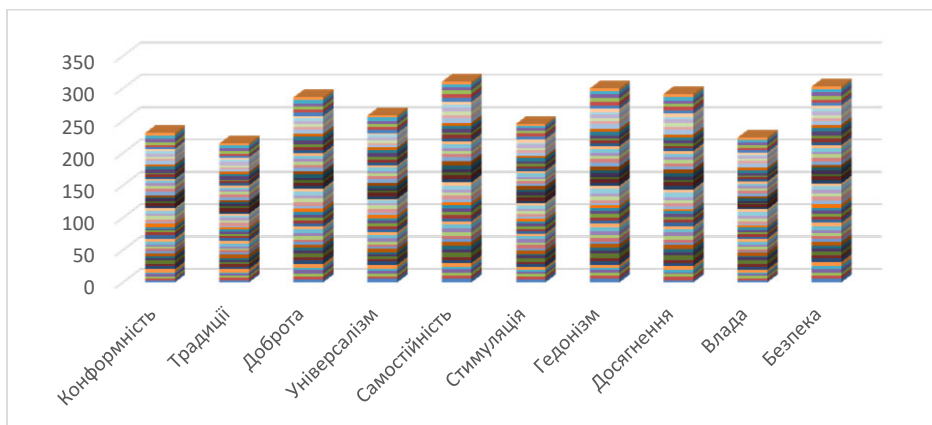


Рис. 1. Профіль нормативних цінностей по групі

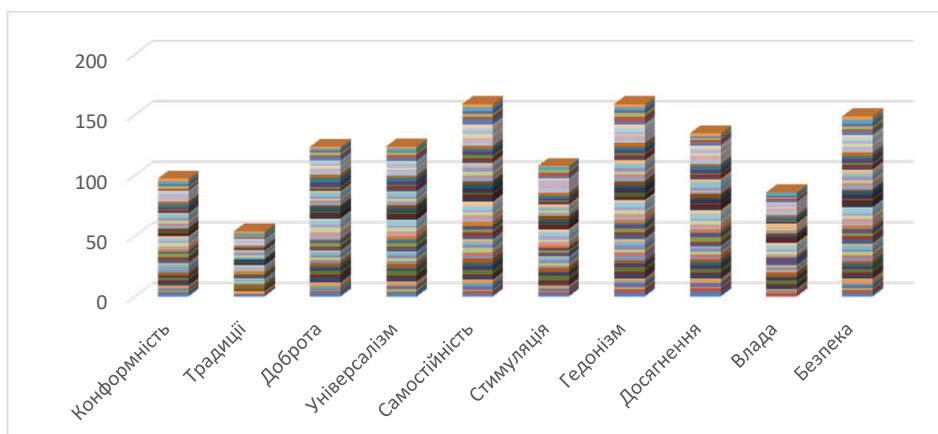


Рис. 2. Профіль індивідуальних цінностей по групі

Таблиця 1

Результати даних анкетування

Корел-я	Вік	Статус	Зайня-тість	Освіта	Години	Кільк. друзів	Зустр. з друзями	Зустр. з рідн.
Статус	0,084							
Зайнятість	0,237	-0,181						
Освіта	0,519	0,112	0,186					
Години	-0,086	0,083	0,142	0,292				
Кільк. друзів	-0,282	-0,328	-0,065	-1,502	0,087			
Зустр. з друзями	0,057	0,083	-0,313	-0,007	0,134	0,081		
Зустр. з рідними	-0,251	-0,430	-0,172	0,216	0,204	0,359	0,149	

Отже, як можна побачити в наведеній вище таблиці, основним показником, що відображає суттєвий вплив на фактор користування Інтернетом в анкетуванні, є години. Цей показник дає змогу дізнатися, скільки годин люди різного віку проводять у соціальних мережах, його вплив на всі інші показники в анкеті (середнє значення 122,15). З отриманого кореляційного зв'язку випливає, що вік стає ще одним важливим показником, через який можна побачити кількість часу, що затрачує людина, проводячи його в соціальних мережах (середнє значення 23,7).

Ще два показники демонструють вагомий зв'язок із показником «соціальні мережі» – «зустрічі з друзями», який впливає на те, скільки часу люди проводять у соціальних мережах. Тобто можна зробити висновок, що, чим більше зустрічей із друзями, тим більше часу людина проводить в Інтернеті. Крім того, показник «зустрічі з рідними» теж має вплив на кількість часу, яку людина проводить у соціальних мережах.

Наступний показник, що демонструє зв'язок із показником «соціальні мережі», є «зайнятість». За результатами опитування встановлено, що люди, які працюють, витрачають більше часу в соціальних мережах. По-перше, це може бути пов'язано з тим, що робота,

а не лише відпочинок здійснюється в соціальних мережах. По-друге, саме віртуальний світ соціальних мереж може стати тим виміром, що допомагає людині зняти напруження повсякденного життя.

Такий показник, як «освіта», теж має певний вплив. За отриманими даними визначено, що, чим вище освіта, тим більше людина проводить часу в Інтернеті.

Останні два показника – «кількість друзів» і «статус» – несуттєво впливають на час, проведений у соціальних мережах.

Наступним кроком було вивчення того, як саме психічний стан особистості впливає на час використання соціальних мереж. Із цією метою обрано методику «Опитувальник особистісних станів» (А. Джерсайлд). Результати представлені на рисунку 3.

Отже, отримані дані демонструють певний контур станів особистості. Домінуючими або сильно вираженими станами/установками стали «ворожий настрій» (3,35), «розбіжність між реальним та ідеальним я» (3,2), «відчуття безглуздості існування» (3,15) і «свобода волі» (3,05). Отримані дані свідчать, що через соціальні мережі й завдяки їм особистість зіштовхується з внутрішнім протиріччям стосовно власного образу себе, що може визивати

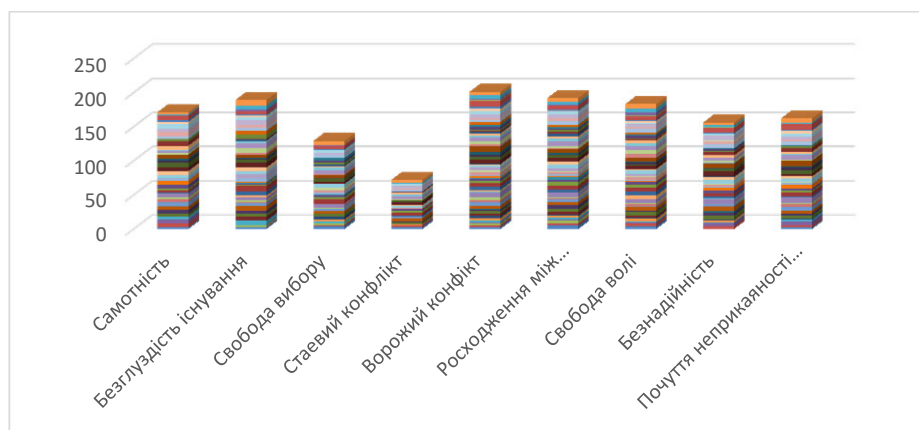


Рис. 3. Профіль особистісних станів досліджуваних за методикою «Опитувальник особистісних станів» (А. Джерсайлд)

напруження й відчуття ворожості, оскільки під час скролінгу стрічки людина опиняється в гіперпросторі, у якому калейдоскоп осіб та інформації приводить її до розгубленості.

Слабко вираженими є такі стани/установки, як «статевий конфлікт» (1,2) і «свобода вибору» (2,15). Можна припустити, що людина, опиняючись у полі соціальних мереж, занурюється у віртуальний світ, який створює загальний простір ідеального існування особистості, де немає необхідності у виборі, оскільки самі соціальні мережі починають формувати індивідуальні пріоритети для людини.

«Самотність» (2,85), «відчуття неприкаяності» (2,7) і «безнадійність» (2,6) мають середні показники. Отже, будучи укоріненою в міжособистісній стосунки, людина все одно намагається знайти ідеальний світ, де її повнота буття матиме всеосяжний характер. Проте навіть віртуальний світ не дає їй такої можливості, що

викликає відчуття самотності й безнадійності.

Для аналізу взаємозв'язку між шкалами анкети та методики «Опитувальник особистісних станів» (А. Джерсайлд) використано кореляційний аналіз (коефіцієнт кореляції Пірсона). Дані представлені в таблиці 2.

Таким чином, наведена вище таблиця демонструє прямий зв'язок за всіма шкалами, крім шкали «статевий конфлікт» (-0,0063; $p < 0,1$).

Вивчаючи певні стани особистості за допомогою 16-факторного опитувальника Т. Кеттелла, ми припустили, що певні фактори/індивідуально-особистісні властивості: інтелект, чутливість, конформізм, довірливість – проявлятимуться більше за інших, оскільки людина шукає можливість не тільки певним чином проявити себе, а й, навпаки, сховатися за певним конструктом/образом, якого вимагає суспільство. Тож отримано результати, що представлені в діаграмі (рис. 4).

Таблиця 2

Емпіричне значення кореляційного аналізу між даними анкети й особистісних станів

	Самот-ть	Безгуд. існув.	Своб. вибору	Стат. конфн.	Ворож. настрої	Розбіж. між реал. та ідеал. Я	Своб. волі	Безнад-ть	Відч-я непр-ті
Анкета/ Джер-сайлд	0,3435	0,1794	0,1507	-0,0063	0,3196	0,4001	0,0607	0,3862	0,2836

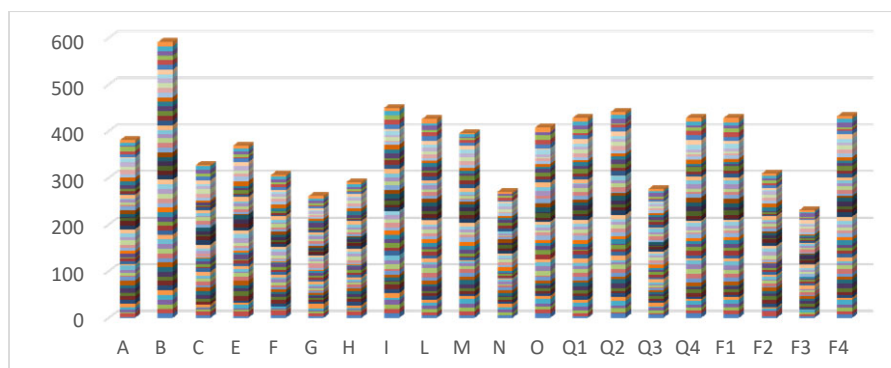


Рис. 4. Структура факторів за методикою Т. Кеттелла

Отже, як можна побачити, домінуючим фактором став фактор В – інтелект (9,85), тобто особистість, яка використовує мережі, з одного боку, демонструє розвинене логічне мислення, тому що соціальні мережі є не тільки розважальним полем, а й професійним середовищем; з іншого боку, вона розширює своє мислення, свої погляди завдяки їм, оскільки отримує нову інформацію, що сприяє поглибленню світоглядної позиції.

Наступні фактори, що проявилися з більшою вагою: фактор І – жорсткість/чутливість (7,89), фактор Q2 – конформізм/нонконформізм (7,35), фактор Q1 – консерватизм/радикалізм, фактор Q4 – напруженість/розслабленість, фактор О – упевненість/тривожність і фактор F1 – тривожність – мають однакові середні значення (7,15), фактор F4 – домінантність (7,2), фактор L – довірливість/підозрілість (7,1).

З низькими показниками отримано такі фактори: фактор Н – боязкість/сміливість (4,85), фактор Q3 – низький/високий самоконтроль/імпульсивність (4,6), фактор N – прямолінійність/дипломатичність (4,5), фактор G – несумлінність/сумлінність (4,35), фактор F3 – емоційна лабільність (3,85).

Отже, можна припустити, що соціальні мережі стають тим полем, де проявляється власна емоційність, чутливість, інтенція до інших, відкритість до змін, експериментування з власним образом, створення калейдоскопу множинних образів себе, що може допомогти створити образ себе як людини з нонконформістською позицією, самодостатньою, що позитивно впливає на особистість. Хоча варто зазначити, що мережі стають і простором, який негативно впливає на людину. Інакше кажучи, не збіг із бажаним/ідеальним образом себе, тобто ідеальним конструктом себе та світу, що суспільство нав'язує, вимагає створити – фруструє людину, викликає емоційне напруження та призводить до переживання тривоги. Тобто можна побачити, як відбувається перекидання/скидання ідеї довіри й (само)прийняття, що обертається певною підозрілістю.

Таким чином, особистість через використання соціальних мереж бажає сховати

власну боязкість, невпевненість і певну імпульсивність шляхом створення образу себе як активної людини, що включена до соціальних відносин.

Завершальним кроком у дослідженні було вивчення того, як саме індивідуально-психологічні властивості впливають на ціннісні орієнтації особистості. Обрано ті фактори, котрі відображали більші піки, а саме: фактор І – жорсткість/чутливість, фактор Q2 – конформізм/нонконформізм, фактор Q1 – консерватизм/радикалізм, фактор Q4 – напруженість/розслабленість, фактор О – упевненість/тривожність і фактор F1 – тривожність, фактор F4 – домінантність, фактор L – довірливість/підозрілість. Також фактори, що мають низькі показники: фактор Н – боязкість/сміливість, фактор Q3 – низький/високий самоконтроль/імпульсивність, фактор N – прямолінійність/дипломатичність, фактор G – несумлінність/сумлінність, фактор F3 – емоційна лабільність.

Отже, аналіз отриманих даних за методикою 16-факторний опитувальник Т. Кеттелла й методикою «Ціннісний опитувальник» (Ш. Шварц) представлені в таблиці 3.

Отже, негативний кореляційний зв'язок спостерігається між шкалою «конформність» і факторами L ($p=-0,215$), Q1 ($p=-0,417$), Q2 ($p=-0,158$), Q4 ($p=-0,042$) та F4 ($p=-0,351$). Можемо припустити, що позиція конформності завдає особистості певний вимір, у якому відбувається згортання власної чутливості, вільнотумства, бажання домінування, що може призвести до напруження.

Шкала «традиції» має негативний зв'язок із факторами L ($p=-0,237$), Q1 ($p=-0,303$), Q2 ($p=-0,210$) і F4 ($p=-0,348$), тобто вкоріненість у традиції заважає розгортанню особистої індивідуальності.

За шкалою «доброта» спостерігається негативна кореляція з факторами L ($p=-0,313$), Q1 ($p=-0,405$), Q4 ($p=-0,220$), F1 ($p=-0,331$) та F4 ($p=-0,506$). Отже, чим більше людина відчуває доброзичливе ставлення до себе, тим нижче недовіра, напруженість і тривога.

Шкала «універсалізм» негативно зв'язана з факторами L ($p=-0,239$), Q1 ($p=-0,587$), Q2 ($p=-0,052$) та F1 ($p=-0,072$).

Таблиця 3

Кореляція методики ціннісних орієнтацій Шварца й тесту Кеттелла

	К	Т	Д	У	С	С	Г	Д	В	Б
I	0,269	0,295	0,282	0,525	-0,397	0,067	0,206	-0,047	-0,214	0,377
L	-0,215	-0,237	-0,313	-0,239	0,273	-0,119	-0,013	0,046	-0,017	-0,281
O	0,141	0,199	0,060	0,002	-0,181	0,035	0,258	-0,076	-0,168	-0,060
Q1	-0,417	-0,303	-0,405	-0,587	0,254	-0,524	-0,213	-0,426	-0,111	-0,059
Q2	-0,158	-0,210	0,001	-0,052	0,097	-0,388	-0,362	-0,108	-0,416	-0,371
Q4	-0,042	0,267	-0,220	0,014	-0,031	0,114	0,473	-0,038	-0,209	0,062
F1	0,069	0,208	-0,331	-0,072	-0,229	-0,040	0,375	-0,205	-0,3	-0,121
F4	-0,351	-0,348	-0,506	0,063	-0,463	-0,453	-0,278	-0,193	-0,314	-0,351

Шкала «самостійність» має негативну кореляцію з факторами I ($p=-0,397$), O ($p=-0,181$), Q4 ($p=-0,031$), F1 ($p=-0,229$) та F4 ($p=-0,463$). Цікавим стає факт зниження інтенції особистості до іншої людини, тобто бажання бути самостійною людиною знижає розуміння й толерантне ставлення до іншої людини, що дає змогу відокремлювати себе від оточення задля власного самоісторизування/конституювання як окремої істоти.

Шкала «стимуляція» має негативну кореляцію з факторами L ($p=-0,119$), Q1 ($p=-0,524$), Q2 ($p=-0,388$), F1 ($p=-0,040$) та F4 ($p=-0,453$). Можна припустити, що відкритість до змін знижає загальну тривогу, недовіру, а також бажання відстоювати себе в середовищі інших людей.

Шкала «гедонізм» негативно корелює з факторами L ($p=-0,013$), Q1 ($p=-0,213$), Q2 ($p=-0,362$), F4 ($p=-0,278$). Отже, загальна тенденція отримання радості й насолоди від життя допомагає знижувати особистісне напруження, незадоволеність, стратегію втечі від світу.

Шкала «досягнення» має негативний зв'язок з усіма факторами, окрім фактору, який має пряму кореляцію L ($p=0,046$). Завдяки тому, що особистість демонструє соціальну компетентність в умовах переваги загальних соціально-культурних пріоритетів і стандартів, це призводить до схвалення близьким оточенням і демонструє особисте бажання до самопіднесення.

Шкала «влада» негативно корелює з усіма факторами, тобто можна відмітити, що соціальний статус, до якого прагне особистість, формує простір, у якому людина, з одного боку, отримує місце визнання себе іншим, з іншого – змушує особистість відмовитися від індивідуальних прагнень і прийняти соціально підтримані.

За шкалою «безпека» спостерігається прямий зв'язок тільки з факторами I ($p=0,377$) і Q4 ($p=0,062$) – чутливість і напруження. Отже, цей ціннісний тип, що належить, за теорією динамічних відносин між ціннісними видами Шварца, до осі консерватизму, може демонструвати єдність між базовими соціальними нормами/вимогами та бажаннями особистості.

Наступним кроком було здійснення аналізу за всіма методиками в порівнянні з домінуючим фактором, який виявлено в анкеті, – години, тобто кількість годин, що людина проводить за місяць у соціальних мережах. Отримані дані представлені в таблицях 4–6.

Як можна побачити з таблиці 4, прямий зв'язок виявлено по шкалах «самотність» ($p=0,343$), «безглуздість існування» ($p=0,179$) і «безнадійність» ($p=0,386$). Можна припустити, що особистість намагається через перенесення й завдяки перенесенню власного

Таблиця 4

Порівняння показника «години» та шкал опитувальника «Психічні стани особистості» (Джерсайлд)

	Самотність	Безглуздість існування	Безнадійність
Години/Джерсайлд	0,343	0,179	0,386

життя в бік віртуальної реальності соціальних мереж уникнути відчуття самотності, безнадійності та безглуздості власного існування, знайти запропонований сенс. Інакше кажучи, чим більше особистість занурюється в простір соціального нетворкінгу, чим більше вона проводить часу в ньому, тим більше вона намагається втекти від реального існування та його викликів.

Вивчаючи зв'язок між показником «години» та шкалами за методикою Шварца, отримали такі дані (таблиця 5).

Таблиця 5

Порівняння показника «години» та шкал опитувальника Шварца

Назва шкал	самотність	гедонізм	влада	безпека
Години/цінності	-0,190	0,108	0,374	0,374

Таким чином, отримані результати свідчать про зв'язок між цінностями, що орієнтовані на відчуття влади, безпеки, а також задоволення, і кількістю годин, проведених у соціальних мережах. При цьому спостерігається негативний зв'язок із показником «самотність», тобто спостерігається певна залежність людини від соціальних мереж. Отже, можна припустити, що особистість через мережі шукає спосіб конституювати себе в тому числі через егоцентричну позицію, яка може проявлятися в спробах більш активного й агресивного самопозиціонування.

Останньою методикою, що порівнювалася з показником годин, був тест Кеттелла (таблиця 6).

Отже, негативний зворотний зв'язок отримано за факторами C ($p=-0,031$), E ($p=-0,043$), H ($p=-0,413$), Q1 ($p=-0,256$), Q2 ($p=-0,148$) та F2 ($p=-0,007$). Можна припустити, що кількість часу, що проведено в соціальних мережах, не завжди пов'язана або свідчить про екстравертивну позицію особистості, її емоційну стійкість, бажання домінування чи сміливість.

Прямий зв'язок спостерігається за факторами B ($p=0,227$), F ($p=0,397$), I ($p=0,065$), Q4 ($p=0,260$), F1 ($p=0,259$) та F4 ($p=0,003$). Тобто можна припустити, що кількість годин, проведених в Інтернеті, створює умови роз-

Порівняння показника «години» та шкал тесту Кеттелла

	B	C	E	F	H	I	Q1	Q2	Q4	F1	F2	F4
Години/ Кеттелл	0,227	-0,031	-0,043	0,397	-0,413	0,065	-0,256	-0,148	0,260	0,259	-0,007	0,003

витку мислення та інтелекту, оскільки численна інформація, яку необхідно опрацювати, осмислити, потребує зусиль і наполегливості від особистості.

Можна припустити, що кількість годин, проведених у соціальних мережах, може, з одного боку, викликати в особистості чутливість до контенту, що полягає в збільшенні психоемоційного напруження, бажанні діяти імпульсивно, з іншого – формувати стриману поведінку, що проявляється в певній жорсткості й/або байдужості до змісту інформації, яку вивчає людина, або до переживань іншої людини. Інакше кажучи, аватар, за яким ховається людина в соціальних мережах, допомагає проявляти себе незвичним способом, більш активно й навіть агресивно, що, у кінцевому підсумку, призводить до відчуття тривоги.

Таки висновки підтверджуються отриманим негативним зв'язком, який спостерігається за шкалами: фактор С (емоційна нестійкість/стійкість), фактор Е (підпорядкованість/домінування), фактор Н (боязкість/сміливість), фактор Q1 (консерватизм/радикалізм), фактор Q2 (конформізм/нонконформізм) і фактор F2 (екстраверсія/інтроверсія). Тобто більша кількість проведених годин у мережі не є гарантом того, що людина зможе бути або вільно проявлятися, навчитися реагувати/діяти протилежною, менш звичною стратегією.

Висновки з проведеного дослідження.

У ході дослідження окреслено загальне поле цінностей, яке створює навколо себе людина: спостерігається збіг як нормативних, так й індивідуальних пріоритетів особистості, а саме: «самостійність», «безпека» та «гедонізм». Завдяки анкетуванню виділено основні показники, що відображають суттєвий вплив на фактор користування Інтернетом, – години й вік людини. За допомогою методики «Опитувальник особистісних станів» (А. Джерсайлд) виявлено панівні установки: «ворожий настрій», «розбіжність між реальним та ідеальним я», «відчуття безглуздості існування» та «свобода волі».

За допомогою кореляційного аналізу розкрито специфіку взаємозв'язку між показником «години» та шкалами методики Кеттелла: фактор В, F, I, Q4, F1 та F4.

Порівняння показника «години» та шкал опитувальника «Психічні стани особистості» (А. Джерсайлд) продемонструвало, що існує

прямий зв'язок за шкалами «самотність», «безглуздість існування» й «безнадійність».

Вивчаючи зв'язок між показником «години» та шкалами за методикою Шварца, отримали зв'язок між цінностями, що орієнтовані на відчуття влади, безпеки, а також задоволення, і кількістю годин, проведених у соціальних мережах.

Таким чином, можна сказати, що соціальні мережі, які стають невід'ємною частиною повсякдення, впливають на особистість, на її психічний стан, життєві цінності, на кількість соціальних зв'язків, а також на когнітивний складник. Соціальні мережі створюють простір, у якому особистість може експериментувати з власним образом, поведінкою, формою комунікації, тобто певна маскарадність/мінливість віртуального контенту допомагає людині впоратися з особистою невпевненістю, сором'язливістю, скованістю, з одного боку; з іншого – мережі відчужують людину від себе, перетворюють людину на людину клішовану, на людину масову, людину тиражування, що заважає особистості відкрити автентичне буття, свою індивідуальність і неповторність.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Богдан М.С. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж. *Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування*. 2014. С. 25–29.
2. Данько Ю.А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2012. С. 179–184.
3. Дубчак О., Главінська Е. Соціальні мережі як чинник десоціалізації молоді. *Вісник Національного авіаційного університету*. 2018. № 13. 2018. С. 115–120.
4. Коноплицький С.М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.01 «Теорія та історія соціології». Київ, 2007. 20 с.
5. Social Networks as a Phenomenon of the Information Society / A. Bessarab, O. Olshanska, A. Baranetska, N. Kodatska, O. Kvasnytsia, G. Mykytiv. *Journal of Optimization in Industrial Engineering, Special issue*. 2021. P. 17–24.
6. Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media / V. Baccarella Christian, F. Wagner Timm, H. Kietzmann Jan, P. McCarthy Ian. *European Management Journal. Elsevier*. 2018. Vol. 36 (4). P. 431–438.