

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ІНТЕРЕСУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ДО СОЦІАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖ**

Публікація присвячена аналізу результатів теоретичного й емпіричного дослідження психологічних особливостей прояву інтересу студентської молоді до соціальних Інтернет-мереж. Автор обґрунтовує актуальність обраної проблеми, відзначає її недостатню розробленість і в прикладному, і в теоретичному аспектах. У публікації звернено увагу на те, що Україна ввійшла в п'ятірку країн, Інтернет-користувачі яких найактивніше відвідують соціальні мережі. Здійснено огляд останніх наукових досліджень вітчизняних учених у цій галузі. Проаналізовано та обґрунтовано доцільність здійснення дослідження прояву інтересу до соціальних Інтернет-мереж через ціннісно-мотиваційну сферу особистості. Дослідження проводилося в Східноєвропейському національному університеті імені Лесі Українки, вибірку склали студенти цього університету. Описано теоретичні, емпіричні та статистичні методи, які використовували для реалізації завдань дослідження. Опис та обґрунтування результатів дослідження містить огляд й інтерпретацію отриманих даних стандартизованого інтерв'ю, яке проводилося на першому етапі дослідження для формування груп вибірок досліджуваних. Наступний етап дослідження полягав у з'ясуванні особливостей ціннісно-мотиваційної сфери досліджуваних, які користуються соціальними Інтернет-мережами, а також у виявленні відмінностей ціннісно-мотиваційної сфери між різними групами вибірок: тими досліджуваними, які користуються соціальними мережами, та тими, які ними не користуються. Порівняння та зіставлення результатів засвідчує наявність відмінностей у групах вибірок за методикою В. Мільмана «Діагностика мотиваційної структури». У досліджуваних, які активно користуються соціальними Інтернет-мережами, переважає ділова спрямованість мотиваційного профілю. Автор також зазначає, що в більшості користувачів, які надають перевагу соцмережі «Facebook», у мотиваційній структурі переважає робоча (ділова) спрямованість. Підсумовуючи результати, автор публікації наголошує, що центральним елементом мотиваційної сфери користувачів соціальних

Інтернет-мереж є мотиви афіліації, співробітництва (прагнення допомогти іншим користувачам для збільшення в такий спосіб власного авторитету, досягнення визнання іншими власної компетентності й майстерності), самоствердження; самореалізації (як способу прояву й розвитку власних інтелектуальних і творчих можливостей), а також діловий (орієнтація на конкретний діловий результат), комунікативний, пізнавальний (отримання нових знань) мотиви.

Ключові слова: інтерес, прояв інтересу до Інтернету, соціальні Інтернет-мережі, мотиви звернення до соціальних Інтернет-мереж

Mitlosh A. V. The Students' Taking an Interest in Social Networks: Psychological Features. The paper analyzes the results of the theoretical and empirical study of psychological characteristics of students showing interest to social networks. The author argues the relevance of the chosen topic, because it wasn't studied comprehensively in the applied and theoretical aspects. The paper draws attention to the fact that Ukraine has entered the top five countries where Internet users visit social networks most active. The study provides the data of the standardized interview, which was conducted with students of the first course at the Lesya Ukrainka Eastern European National University, in order to form groups of samples investigated. The next stage of the study was to clarify the characteristics of value-motivational sphere of the subjects who use online social networks. The comparison of the results with the application of V. Milman test shows that people, who use social networks very often, are mostly business oriented. The author also argues that most users of Facebook social network showed business orientation in their motivational structure. Among the main motives in the motivational sphere of social networks' users are: motives of affiliation and cooperation (the desire to help others to increase in this way their authority, achieving recognition by others of their own competence and skill), selfdetermination, self-fulfillment (as a way of expression and development of their intellectual and creative potential), and business (focused on specific business results), communicative, cognitive (new knowledge) motives.

Keywords: interest to the Internet, online social network, motivation of appealing to the social network.

Митлош А. В. Психологические особенности проявление интереса студенческой молодежи к социальным интернет-сетям. Публикация посвящена анализу результатов теоретического и эмпирического исследования психологических особенностей проявления интереса студенческой молодежи к социальным Интернет-сетям. В публикации

обращается внимание на то, что Украина вошла в пятерку стран, интернет-пользователи которых активнее посещают социальные сети. Осуществлен обзор последних научных исследований отечественных ученых в этой области. Проанализирована и обоснована целесообразность проведения исследования проявления интереса к социальным Интернет-сетям через ценностно-мотивационную сферу личности. Выборку исследования составили студенты Восточноевропейского национального университета имени Леси Украинки. Статья содержит описание теоретических, эмпирических и статистических методов, которые использовались для реализации задач исследования. Описание и обоснование результатов исследования содержит обзор и интерпретацию полученных данных стандартизированного интервью, которое проводилось на первом этапе исследования с целью формирования групп выборок испытуемых. Следующий этап заключался в исследовании особенностей ценностно-мотивационной сферы испытуемых, которые пользуются социальными Интернет-сетями, а также в выявлении различий ценностно-мотивационной сферы между различными группами выборок: теми испытуемыми, которые пользуются социальными сетями, и теми, которые ими не пользуются. Сравнение и сопоставление результатов показывает наличие различий в группах выборок по методике Мильмана «Диагностика мотивационной структуры». У испытуемых, которые активно пользуются социальными Интернет-сетями, преобладает деловая направленность мотивационного профиля. Автор отмечает, что у большинства пользователей, которые предпочитают соцсети «Facebook», в мотивационной структуре преобладает рабочая (деловая) направленность. Автор публикации подчёркивает, что центральным элементом мотивационной сферы пользователей социальных интернет-сетей являются мотивы аффилиации, сотрудничества (стремление помочь другим пользователям для увеличения таким образом собственного авторитета, достижения признания другими собственной компетентности и мастерства), самоутверждения; самореализации (как способа проявления и развития собственных интеллектуальных и творческих возможностей), а также деловой (ориентация на конкретный деловой результат), коммуникативный, познавательный (получение новых знаний) мотивы. Ключевые слова: интерес, проявление интереса к Интернету, социальные Интернет-сети, мотивы обращения к социальным Интернет-сетям.

*Ви можете ознайомитися з текстом статті за посиланням*

<http://oaji.net/articles/2014/920-1402661448.pdf>

## Література

1. Захоплення соцмережами веде до небезпечних змін у мозку та «кризи іден-тичності» /Щотижневе аналітичне видання Полтавщини «Нова година» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ng.pl.ua/2011/08/01/zahoplennya-sotsmerezhamy-vede-donebezpechnyh-zmin-u-mozku-j-kryzy-identychnosti/>
2. Засекін А. Віртуальне спілкування як чинник особистісних змін студентської молоді : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Артур Засекін ; Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. – К., 2012. – 20 с.
3. Лещук І. Екологія духу : наук.-бібл. аналіз впливу на людину: наркотиків, психотроп. речовин, мистецтва, аудіо-, відео-, інтерактив. телебачення, комп'ютер. мережі, інтернету, віртуал. реальності, «духов.» вірусів, числа «666» / Іван Лещук. – Черкаси : [б. в.], 2011. – 355 с.
4. Лучинківна А. Аналіз мотиваційної складової Інтернет-соціалізації / А. Лу-чинкіна // Горизонты образования. – 2013. – № 1 (37). – С. 36–40.
5. Мітлош А. В. Особливості прояву інтересу молоді до аудіовізувальних засобів масової інформації / А. В. Мітлош // Психол. перспективи. – 2013. – № 33. – С. 165–173.
6. Назар М. Інтернет-спілкування як чинник особистісних змін у юнацькому віці : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Назар Макчим ; НАПН України, Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. – К., 2010. – 18 с.
7. Найдьонова Л. М. Сприймання візуальної інформації в мережі інтернет /Л.М. Найдьонова // Психологічні дослідження творчих перцептивних процесів на різних вікових рівнях : монографія / [В. Моляко, І. Біла, Н. Ваганова та ін.] ; за ред. В. Моляко. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012. – С. 198–206.
8. Суська О. Інформаційний імунітет: проблеми психологічного захисту в інформаційному просторі : монографія / О. Суська. – К., 2008. – 108 с.
9. Фатурова В. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку кому-нікативного потенціалу особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Віра Миколаївна Фатурова ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2004. – 21 с.
10. Топ-20 сайтів, якими користувались українці у лютому. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://watcher.com.ua/2013/03/27/top-20-saytiv-yakumu-orystuvalys-ukrayintsi-vlyutomu/>
11. Ильин Е. Эмоции и чувства / Е. Ильин. – СПб. : Питер, 2001. – 752 с.